

Manuela Alvarenga do Nascimento

**AS PRÁTICAS ALIMENTARES NA SOCIEDADE  
GLOBALIZADA: O CASO DO MOVIMENTO SLOW FOOD**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Doutora em Ciências Humanas.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Julia Silvia Guivant

Coorientador: Prof. Dr. Adilson Francelino Alves

Florianópolis  
2014

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária  
da UFSC.

Nascimento, Manuela Alvarenga do

As práticas alimentares na sociedade globalizada: o caso do movimento Slow Food / Manuela Alvarenga do Nascimento; orientadora, Julia Silvia Guivant; coorientador, Adilson Francelino Alves. - Florianópolis, SC, 2014.  
241 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas.

Inclui referências

1. Ciências Humanas. 2. Slow Food. 3. Produção e Consumo Alimentar. 4. Fluxos Sociais. 5. Empreendedorismo Politizado. I. Guivant, Julia Silvia. II. Alves, Adilson Francelino. III. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas. IV. Título.

Manuela Alvarenga do Nascimento

**AS PRÁTICAS ALIMENTARES NA SOCIEDADE  
GLOBALIZADA: O CASO DO MOVIMENTO SLOW FOOD**

Esta Tese foi julgada adequada para obtenção do Título de “Doutor em Ciências Humanas” e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas.

Florianópolis, 11 de agosto de 2014.

---

Prof<sup>a</sup>. Teresa Kleba Lisboa, Dr.<sup>a</sup>  
Coordenadora em exercício do Curso

**Banca Examinadora:**

---

Prof.<sup>a</sup> Julia Silvia Guivant, Dr.<sup>a</sup>  
Orientadora  
Universidade Federal de Santa  
Catarina - UFSC

---

Prof. Adilson Francelino Alves, Dr.  
Coorientador  
Universidade Estadual do Oeste do  
Paraná - UNIOESTE

---

Prof<sup>a</sup>. Eunice Sueli Nodari, Dr.<sup>a</sup>  
Universidade Federal de Santa  
Catarina - UFSC

---

Prof. Luiz Carlos Mior, Dr.  
Empresa de Pesquisa Agropecuária  
e Extensão Rural de Santa Catarina  
- Epagri - SC

---

Prof<sup>a</sup>. Márcia Grisotti, Dr.<sup>a</sup>  
Universidade Federal de Santa  
Catarina - UFSC

---

Moacir Roberto Darolt, Dr.  
Instituto Agrônomo do Paraná –  
IAPAR

Prof. Armando Lisboa  
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC



## AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos de uma tese é um momento que paramos para pensar em todas as pessoas pelas quais passamos nos últimos quatro anos e que, direta ou indiretamente, influenciaram a realização do estudo. Ao fazermos isso, nos damos conta de que, apesar de nos sentirmos solitários para realizar esta pesquisa longa e específica, várias pessoas estiveram presentes nesta trajetória. Então, ainda que queiramos colocar em poucas linhas nossos agradecimentos a todos que ajudaram neste desafio, certamente, alguém importante não será diretamente mencionado. De antemão, agradeço sinceramente a todos aqueles que contribuíram para esta pesquisa.

Primeiramente, gostaria de agradecer à professora doutora Julia Silvia Guivant pela inovadora e excelente sugestão de pesquisa, cuja abordagem está respaldada em um referencial teórico atual, consistente e profundamente bem elaborado. A perspectiva teórica construcionista permitiu uma abordagem original, que incorpora as especificidades do contexto social estudado. A pesquisa foi permeada de discussões envolventes. Agradeço pela excelência de sua orientação, extremamente cuidadosa e atenta às minhas necessidades nesta caminhada investigativa. Agradeço ao professor doutor Adilson Francelino Alves pela grande disposição em ajudar, pelas importantes contribuições teóricas e questões que levaram ao refinamento da análise. Seus contatos foram fundamentais para a pesquisa de campo.

Gostaria de agradecer à Universidade Federal de Santa Catarina e ao Programa Interdisciplinar em Ciências Humanas (DICH) pela competência, pela abertura à inovação e ambição pela excelência investigativa que extrapola limites da investigação social.

A todos os professores do DICH pelo trabalho incansável para manter o alto nível das aulas e pesquisas. Aos secretários, especialmente, ao Jerônimo Ayala, pela disposição em resolver os empecilhos que surgiram nesta jornada.

À Nízia Maria Alvarenga e Eliane Schmaltz pelo apoio e incentivo. São admiráveis pessoas que, apesar de há algum tempo destituídas da função de professoras, estão eternizadas nessa bonita profissão de ensinar e acompanham os novos desafios e complexidades que a sociologia nos traz na caminhada profissional.

Aos amigos, especialmente, os doutorandos (as) com quem pude trocar impressões e ideias.

À minha família pelo incentivo e reconhecimento.



## RESUMO

O tema desta tese é o referente às práticas de produção e consumo alimentar num contexto de globalização. As práticas alimentares dominantes estão influenciadas pela indústria, mas existem aquelas ao redor do mundo que desenvolvem estratégias de entrar no mercado com produtos que apelam para as questões sociais, culturais e ambientais. Entre elas, destaca-se o Slow Food, um movimento global que defende a produção e comercialização de produtos seguindo valores éticos, locais e gastronômicos. Nesta tese analisamos como o Slow Food, em sua expansão global, articula o discurso e a prática, abordando-o em sua complexidade. Identificamos como a questão alimentar surgiu no movimento e se solidificou e estudamos o discurso - filosofia do “bom, limpo e justo” - que irá se traduzir em diferentes experiências sociais. Propomos uma análise interdisciplinar a partir da teoria do ator social conjugada com a teoria dos fluxos sociais e conceitos provenientes de estudos sociológicos sobre a prática alimentar. Através da teoria do ator social, analisamos como, na prática, os atores se entrelaçam e produzem realidades singulares. Ou seja, como os atores locais constroem as relações sociais em contextos específicos, a partir da reinterpretação e aplicação das propostas do movimento. A abordagem dos fluxos nos permite captar tanto os aspectos materiais dos projetos do Slow Food como seus elementos sociais e políticos, incorporando os diferentes cenários e discursos. A pesquisa de campo foi realizada na Itália, onde foram visitadas algumas experiências de Slow Food e em Pirenópolis (GO), onde foi realizado o estudo de caso. O projeto do SF requer a articulação entre os atores locais e o envolvimento tanto dos consumidores como dos produtores. Sua análise nos permite compreender como os membros do Slow Food estão concretizando o movimento no âmbito local, a partir de diretrizes globais. A reinterpretação da filosofia e a inserção do Slow Food no jogo de interesses e conflitos locais dão ao movimento características singulares que são analisadas em sua complexidade. Nas conclusões, observamos que o movimento está permeado por contradições e disputas que, às vezes, inviabilizam a sua realização prática.

**Palavras-chave:** Produção e Consumo Alimentar. Fluxos Sociais. Empreendedorismo Politizado.

## ABSTRACT

The theme of this thesis is related to food production and consumption practices in a globalization context. The dominant food practices are influenced by industry, but there are those around the world who develop strategies to enter the market with products that appeal to the social, cultural and environmental issues. Among them, we highlight Slow Food, a global movement that defends the production and marketing of products following ethical, gastronomic and local values. In this thesis we analyze how Slow Food articulates discourse and practice, addressing it in its complexity. We identify how the food issue emerged and established itself in the movement and we studied the discourse-philosophy of “good, clean and fair” - that will translate into different social experiences. We propose an interdisciplinary analysis from the theory of the social actor combined with the theory of the social flows and concepts from sociological studies on eating practices. Through the theory of the social actor, we analyze how, in practice, the actors are interwoven and produce singular realities. Namely, how local actors build social relationships in specific contexts, from the reinterpretation and application of the proposals of the movement. The flows approach allows us to capture both the material aspects of the Slow Food projects as well as their social and political elements, incorporating the different scenarios and discourses. We conducted the field research in Italy, where we visited some Slow Food experiences and in Pirenópolis (GO). The SF project requires the articulation between the local actors and the involvement of both consumers and producers. This analysis allows us to understand how the Slow Food members are accomplishing the movement locally, using global guidelines. The reinterpretation of the philosophy and the insertion of Slow Food in local interest conflicts give the movement unique features that are analyzed in their complexity. In the conclusion, we note that the movement is permeated by contradictions and disputes that sometimes hinders its practical implementation.

**Keywords:** Food Production and Consumption. Social Flows. Politicized Entrepreneurship.



## LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Eventos culturais realizados por Arci Langue – Os encontros culturais e musicais eram importantes momentos de convivialidade....	48
Foto 2 - Movimento de degustação de vinho e discussões políticas – A degustação de vinho fez parte do momento inicial de direcionamento para as questões alimentares .....	49
Foto 3 - Momentos de festividade e descontração – O primeiro da fila é Carlo Petrini .....	54
Foto 4 - Oficina realizada durante o Terra Madre 2012 .....	85
Foto 5 - Fortaleza de cuscus – Algéria .....	88
Foto 6 - Southeastern African-American Organic Farmers Network....	89
Foto 7 - Fortaleza “Pomodoro regina di Torre Canne” - Terra Madre 2012.....	89
Foto 8 - Fortaleza “Aqqua di Fiori di arancio amaro” - Terra Madre 2012.....	90
Foto 9 - Fortaleza do Baru- Terra Madre 2012 .....	93
Foto 10 - Fortaleza do umbu - Terra Madre 2012 .....	144
Foto 11 - Mercado da Terra de Bolonha - Fevereiro de 2013 .....	171
Foto 12 - Mercado da Terra de Alba - Fevereiro de 2013.....	180
Foto 13 - Fortaleza da botarga de Orbetello – Fevereiro de 2013 .....	181
Foto 14 - Profissionais da ASBRAER em visita técnica à Fortaleza Slow Food - Fevereiro de 2013 .....	185
Foto 15 - Passeio guiado na propriedade do agricultor 2 - Setembro de 2011.....	206



## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 - Gastos nas Fortalezas .....	99
Gráfico 2 - Receita do Slow Food em 2012 .....	99



## **LISTA DE MAPAS**

Mapa 1 - Mapa de localização dos convívios Slow Food no Brasil.....	36
Mapa 2 - Mapa de localização das Fortalezas Slow Food no Brasil .....	37
Mapa 3 - Localização da Região de Piemonte na Itália .....	162
Mapa 4- Localização de Pirenópolis – Goiás .....	188



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Convívio Slow Food Pirenópolis e da Fortaleza da Castanha do Baru .....	39
Quadro 2 - Visita de campo.....	42
Quadro 3 - Fortaleza Bottarga di Orbetello.....	42
Quadro 4 - Entrevistas.....	43
Quadro 5 - A estrutura do Slow Food .....	68
Quadro 6 - Definição de Slow Food.....	68
Quadro 7 - Filosofia do movimento Slow Food .....	69
Quadro 8 - Eventos Slow Food .....	73
Quadro 9 - Associações Nacionais de Slow Food.....	75
Quadro 10 - Os Convívios no Slow Food .....	78
Quadro 11 - A Arca do Gosto .....	82
Quadro 12 - Comunidades do Alimento.....	86
Quadro 13 – Terra Madre.....	87
Quadro 14 - As Fortalezas.....	90
Quadro 15 - Logotipo Slow Food.....	91





## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Recursos Slow Food.....	96
------------------------------------	----



## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ADCC – Associação de Desenvolvimento Comunitário de Caxambu  
AFN – Alternative Food Network (Rede Alimentar Alternativa)  
AGROTEC – Centro de Tecnologia Agroecologia de Pequenos Agricultores  
AL – América Latina  
ARCI – Associazione Ricreativa Culturale Italiana  
ASBRAER – Associação Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural  
CEASA – Centrais de Abastecimento  
CENESC – Centro de Estudos e Exploração Sustentável do Cerrado  
C.I.S.A.O – Centro Interdepartamental de Investigação e Colaboração Científica com o Sahel e a África Ocidental  
CPT – Comissão Pastoral da Terra  
Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
Epagri – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina  
FMI – Fundo Monetário Internacional  
FUNATURA – Fundação Pró-Natureza  
G.A.S. – Gruppi di Acquisto Solidale  
GAS.P! – Gruppi di Acquisto Solidale di Pisa  
IPEC – Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado  
IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
ISPN – Instituto Sociedade, População e Natureza  
MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário  
NMS – Novos Movimentos Sociais  
ONG – Organização Não-Governamental  
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
SDT – Secretaria de Desenvolvimento Territorial  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SF – Slow Food  
UNISG – Università degli Studi di Scienze Gastronomiche (Universidade de Ciências Gastronômicas)  
WIPO – Organização Mundial de Propriedade Intelectual  
WTO – Organização Mundial do Comércio  
WWOOF – World Wide Opportunities on Organic Farms



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>25</b>
A ANÁLISE DO SLOW FOOD: CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS .....	34
<b>1 A EMERGÊNCIA DO SLOW FOOD.....</b>	<b>47</b>
1.1 DE ARCIGOLA A SLOW FOOD: A CONSTRUÇÃO DE UM SENTIDO PARA A MILITÂNCIA ALIMENTAR SOB A ÓTICA DO CONVÍVIO E DO PRAZER.....	47
1.1.1 O surgimento da temática alimentar e os Novos Movimentos Sociais .....	47
1.1.2 Inovando a prática militante: o uso do empreendedorismo para solucionar problemas coletivos e alcançar o bem comum .....	56
1.1.3 Sementes de uma prática comercial politizada: a comercialização coletiva e antielitista.....	59
1.1.4 Comunicação e intenso convívio intelectual.....	61
1.1.5 Abertura para a interação com outras localidades e trocas de experiências.....	62
1.1.6 A globalização do movimento: a expansão dos domínios sociais .....	64
1.2 DO ARCIGOLA AO SLOW FOOD: O MANIFESTO SOBRE A PRODUÇÃO E CONSUMO ALIMENTAR COMO GUIA PARA A PRÁTICA EMPREENDEDORA.....	67
1.2.1 A filosofia do “bom, limpo e justo”: O alimento como tema central de suas ações .....	70
1.2.2 Um ponto fundamental: o direito ao prazer .....	76
1.2.3 A flexibilidade organizativa como forma de aproveitar institucionalmente as boas ideias que surgem pela convivialidade .....	78
1.2.4 O empreendedorismo como parte da “alma” do Slow Food .....	81
1.2.5 A comunicação e educação: importantes estratégias no Slow Food atualmente .....	83
1.2.6 Terra Madre: a diversidade de significados do SF em contextos locais .....	85

<b>1.2.7 Fortalezas: promovem trocas de experiências entre domínios e campos sociais.....</b>	<b>90</b>
<b>1.2.8 Parcerias com o setor público e privado: contradições e a formação de redes .....</b>	<b>93</b>
<b>1.3 SÍNTESE DO CAPÍTULO: UM MOVIMENTO QUE CRIA UM SENTIDO POLÍTICO PARA A PRÁTICA ALIMENTAR .....</b>	<b>100</b>
<b>2 AMBIGUIDADES E CONTRADIÇÕES EM FOCO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DO SF A PARTIR DE SUA COMPLEXIDADE .....</b>	<b>103</b>
<b>2.1 A GLOBALIZAÇÃO COMO UM PROCESSO MULTIFACETÁRIO .....</b>	<b>103</b>
<b>2.1.2 Os fluxos sociais no contexto local: uma abordagem centrada no ator social.....</b>	<b>109</b>
<b>2.2 O SF E OS FLUXOS SOCIAIS ALIMENTARES: UMA ANÁLISE DO MOVIMENTO LOCAL NA CIDADE DE PIRENÓPOLIS .....</b>	<b>115</b>
<b>2.2.1 A complexidade do SF: as traduções da filosofia do SF e a especificidade do contexto local .....</b>	<b>116</b>
<b>3 A ORIGINALIDADE DO SLOW FOOD: UM MOVIMENTO SOCIAL EMPREENDEDOR.....</b>	<b>127</b>
<b>3.1 O EMPREENDEDORISMO SUBORDINADO AO MOVIMENTO SOCIAL: EMPREENDEDORISMO POLITIZADO .....</b>	<b>128</b>
<b>3.2 FLEXIBILIDADE INSTITUCIONAL: UM CAMINHO PARA O EMPREENDEDORISMO POLITIZADO.....</b>	<b>136</b>
<b>3.3 O EMPREENDEDORISMO POLITIZADO: INTERAÇÃO COM O GOVERNO E AS POLÍTICAS PÚBLICAS .....</b>	<b>139</b>
<b>3.4 O EMPREENDEDORISMO NO SLOW FOOD: A REDE COMO MECANISMO DE SUPERAÇÃO DE DIFICULDADES .....</b>	<b>145</b>
<b>3.4.1 Slow Food: incentivo à capacidade de fazer negócio .....</b>	<b>151</b>
<b>3.5 CAMINHO DE ENTRADA DO SLOW FOOD NO BRASIL: UMA ARTICULAÇÃO ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO .....</b>	<b>153</b>
<b>3.6 O SLOW FOOD NO BRASIL: FOCO NO FORTALECIMENTO DE SUAS IDEIAS ENTRE SEUS MEMBROS .....</b>	<b>156</b>

3.7 SÍNTESE DO CAPÍTULO: DESAFIOS DO “EMPREENDEDORISMO POLITIZADO” .....	160
<b>4 O SLOW FOOD EM AÇÃO: ANÁLISE DE ALGUMAS PRÁTICAS EXITOSAS .....</b>	<b>161</b>
4.1 O CASO DA FORTALEZA DA VACA RAZZA PIEMONTESE: ADAPTANDO-SE ÀS REGRAS DO MERCADO COMPETITIVO	162
4.2 O CONHECIMENTO COMO IMPORTANTE CAMINHO PARA ESTREITAR LAÇOS ENTRE PRODUÇÃO E CONSUMO .....	168
4.3 ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO: OS “MERCADOS DA TERRA” .....	170
4.4 A FORTALEZA 'BOTTARGA DI ORBETELLO': UM TRABALHO QUE LEVOU AO ÊXITO COLETIVO .....	180
4.5 SÍNTESE DO CAPÍTULO: A PARTIR DA LÓGICA DOS FLUXOS SOCIAIS, AS EXPERIÊNCIAS EXITOSAS CONSTITUEM PARÂMETROS DE REFLEXÃO SOBRE O CASO DE PIRENÓPOLIS .....	185
<b>5 O SLOW FOOD EM PIRENÓPOLIS: CONFLITO ENTRE O SENTIDO DAS PRÁTICAS DO ARCIGOLA E AS INTERPRETAÇÕES DO MOVIMENTO LOCAL .....</b>	<b>187</b>
5.1 A ORIGEM DO SLOW FOOD EM PIRENÓPOLIS .....	188
5.2 DOMÍNIOS SOCIAIS EM PIRENÓPOLIS .....	195
<b>5.2.1 Domínio social dos profissionais especializados.....</b>	<b>196</b>
<i>5.2.1.1 Domínio social dos profissionais especializados: estilo de vida, ideias e valores que ultrapassam fronteiras.....</i>	<i>198</i>
<b>5.2.2 Domínio social dos “produtores”: o Slow Food como estratégia de “Livelihood” .....</b>	<b>203</b>
<b>5.2.3 'Know how' e participação: as configurações de poder na rede SF .....</b>	<b>209</b>
<b>5.2.4 Domínio social dos “produtores”: debilidade de capacidade de iniciativa .....</b>	<b>215</b>
5.3 A NEGOCIAÇÃO COMO MECANISMO POLÍTICO DE CONSTRUÇÃO DE NOVOS ESPAÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO .....	220

5.4 ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO: O FIO TÊNUE ENTRE A “COMERCIALIZAÇÃO POLITIZADA” E A COMERCIALIZAÇÃO INDUSTRIAL .....	225
5.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO SLOW FOOD COM FOCO NO LÍDER: LIMITAÇÕES AO SEU PRÓPRIO FORTALECIMENTO LOCAL .....	227
5.6 SÍNTESE DO CAPÍTULO: O FRACASSO DO PROJETO LOCAL .....	229
<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>231</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>235</b>
<b>BIBLIOGRAFIA CONSULTADA .....</b>	<b>243</b>



## INTRODUÇÃO

O tema deste estudo é a compreensão das práticas alimentares num contexto de globalização. O fenômeno da globalização afeta as cadeias de produção e consumo alimentar, colocando em pauta uma série de discussões, como a sustentabilidade ambiental, a biodiversidade, a biogenética, a justiça social, etc., que mobilizam pessoas de diferentes países e posições sociais. É um estudo que reconhece a complexidade dos processos sociais implicados na globalização e percorre os caminhos da interdisciplinaridade para realizar a análise. Tanto a produção industrial como os pensamentos e discursos sobre a questão circulam ao redor do globo consolidando o fenômeno da globalização. Anthony Giddens (1991) propõe que a vida social deve ser estudada a partir de sua organização do tempo e do espaço. Neste sentido, ao tratar da globalização, o autor defende que:

A estrutura conceitual do distanciamento tempo-espaço dirige nossa atenção às complexas relações entre envolvimento locais (circunstâncias de co-presença) e interação através de distância (as conexões de presença e ausência). Na era moderna, o nível de distanciamento tempo-espaço é muito maior do que qualquer período precedente, e as relações entre formas sociais e eventos locais e distantes se tornam correspondentemente “alongadas”. A globalização se refere essencialmente a este processo de alongamento, na medida em que as modalidades de conexão entre diferentes regiões ou contextos sociais se enredaram através da superfície da Terra como um todo. A globalização pode assim ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial (GIDDENS, 1991, p. 69).

Essa intensificação mundial das relações sociais implica que o local e o global estão ligados por meio de relações dinâmicas, que podem ser mais ou menos móveis e intensas (OOSTERVER et al, 2010, p. 86). No que se refere à produção e consumo alimentar, a agricultura industrial, assim como as ideias e discursos que a acompanham, são dominantes no cenário mundial. A produção alimentar mundial ocorre dentro dos padrões do mercado autorregulado (POLANYI, 2000), que se

consolidou após a Revolução Industrial. Na economia de mercado, a distribuição e o consumo são dominados pela atuação do mercado autorregulado cujos polos reguladores são o preço e o lucro. Passados, aproximadamente, dois séculos, esse estilo de produção e consumo agroindustrial vem apresentando resultados sociais e ambientais danosos. O mercado autorregulado, centrado no preço e no lucro, gerou uma produção e consumo que ultrapassaram os limites do meio ambiente e da justiça social.

Segundo Karl Polanyi (2000), nas sociedades primitivas, a economia estava submetida e enraizada nas relações sociais. Nesse contexto, o sistema econômico era dirigido por motivações não econômicas, assim, não havia uma busca incessante pelo lucro, mas, sim, a necessidade de cumprir as exigências sociais e garantir o patrimônio social.

Os resultados danosos da produção capitalista, que podem ser resumidos nas inúmeras formas de desigualdade social, somados ao impacto ambiental, incitam a investigação sociológica sobre como a sociedade, no nível local/global, está respondendo a estes problemas.

Existem iniciativas diversas que se opõem a essa produção em larga escala e propõem outras formas de produção e consumo que fazem frente ao poder dominante da agricultura industrial. Levis Holloway et al. (2007) afirmam que essas práticas são muito variadas, mas cada uma pode ser capaz de desafiar os centros de poder dominantes na produção alimentar em algum aspecto. Entre as iniciativas, podemos citar as que constituem grupos de compra solidária, criam as hortas urbanas, as “farm shop”, e implementam a venda direta.

É possível que essas experiências deem respostas locais aos aspectos danosos que a produção capitalista traz aos seus contextos sociais. Mas não entendemos que se trate aqui de um retrocesso no sentido de voltas às formas econômicas pré-capitalistas, mas de inserir alguns valores no processo de produção e consumo que possam ser ponderados, juntamente com a questão do preço e lucro para a regulação do mercado. Esses valores podem contribuir para colocar limites aos excessos da produção industrial.

O denominado comércio justo, por exemplo, tem como eixo a justiça social e reúne iniciativas que buscam criar uma rede mais igualitária de trocas comerciais entre consumidores dos países do norte e os produtores dos países do sul. O comércio justo critica os modos de produção, comércio e consumo convencionais, e propõe a criação de novos significados e caminhos mais sustentáveis de produção e consumo (RAYNOLDS, 2002).

Vários estudos sobre a questão alimentar abordam práticas de produção e consumo que não seguem as regras da produção industrial capitalista. As abordagens tentam incorporar a estrutura social, econômica e geográfica destas práticas. Questões como a “reterritorialização” dos alimentos, a qualidade estética, a sustentabilidade ambiental são analisadas. As reflexões sobre a questão alimentar tendem a ultrapassar as perspectivas que focam na produção dentro de uma perspectiva marxista de economia política (WHATMORE 1994; WATTS AND GOODMAN, 1997; GOODMAN 2001; GOODMAN; DUPUIS, 2002). Um conjunto de produções refere-se à questão alimentar, focando no consumo sob a óptica das teorias culturais (BELL and VALENTINE 1997; MARSDEN; WRIGLEY, 1995). Outras abordagens buscam superar a divisão entre produção e consumo e analisam o tema, buscando abordá-lo sob uma perspectiva relacional. Ao se tratar da produção e do consumo numa perspectiva relacional, admite-se que o poder e a agência perpassam todo o circuito da produção e consumo, assim, tanto as agências dos consumidores como as dos produtores devem ser levadas em conta (GOODMAN, 1999; GOODMAN; DUPUIS 2002; MURDOCH, 2000; WHATMORE, 2002).

Vários pesquisadores estão investigando essas experiências de produção e consumo alimentar que tentam dar soluções aos reflexos negativos da produção em massa. Entre as diferentes perspectivas, existe uma discussão sobre como abordá-las conceitualmente. Alguns autores consideram que é possível enquadrá-las em um conceito amplo, definido como “Rede Alimentar Alternativa” (AFN)<sup>1</sup>, por outro lado, existem teóricos que ponderam que são iniciativas cujos traços característicos são demasiadamente distintos para se enquadrarem sob uma mesma terminologia conceitual.

Em suas pesquisas sobre a chamada Rede Alimentar Alternativa, David Goodman (2009) argumenta que essas práticas alimentares alternativas estão criando mercados emergentes e reconfigurando relações de produção e consumo dentro de padrões mais sustentáveis. Questões sobre ‘orgânico’, ‘local’, ‘regional’ e ‘alternativo’ permeiam as práticas alimentares nestas redes. Entretanto ele chama a atenção para o fato de que estas práticas e novas formas econômicas se desenvolvem em sociedades capitalistas e não em um “universo paralelo” (p. 2). Faz-se necessária uma análise crítica que busque avaliar a distribuição social dos ganhos, levando em conta as diferenças de classe, gênero e etnia. O

---

<sup>1</sup> Alternative Food Network

autor reflete sobre se essas redes alternativas se configuram a partir de conhecimentos não convencionais e contestatórios que compartilham valores éticos ou se, num contexto de “sociedade de risco”, elas não passam de um esforço de consumidores brancos, ricos e interessados em garantir a si próprio uma proteção contra os riscos alimentares.

Goodman (2003) adverte para a tendência de idealização dos estudos sobre os arranjos econômicos localizados, tratando-os de uma forma não crítica. Essas abordagens enfatizam que tais práticas são permeadas por laços interpessoais de reciprocidade e confiança e a qualidade dos produtos locais incorpora um valor cultural do território. Entretanto, Goodman defende que essas práticas devem ser tratadas sob um ponto de vista mais crítico, de maneira que se evidencie como se configuram as relações de poder e a distribuição de renda entre os atores envolvidos.

Holloway et al. (2007), não concordam com o termo “Rede Alimentar Alternativa (AFN)”, porque argumentam que o termo “alternativo” engloba os diversos casos de produção e consumo que variam quanto ao tipo de alimento e o contexto social, econômico e geográfico, e defendem que é importante que se entenda como esses diferentes contextos operam em suas localidades. Em suas palavras, o termo ‘alternativo’:

[...] deixa mais opaco já que pretende representar uma coleção de outros termos e noções, e é usado em uma maneira polarizada como parte de um dualismo entre convencional – alternativo (HOLLOWAY, et al., 2007, p. 4, tradução nossa).

O que os autores criticam, em relação à perspectiva dicotômica defendida por autores como Goodman (2009) e Murdoch e Miele (1999), é que se tende a rotular as diferentes práticas como “alternativas” e não se propõe a examinar de perto como exatamente e por quais arranjos locais se logra fazer frente ao poder dominante na produção. Além disto, de acordo com Holloway et. al. (2007), esta perspectiva permite reconhecer casos que desafiam as relações de poder dominante, inclusive, quando não há uma intenção deliberada para isto. Assim, há casos de produções alimentares locais que existem pelas suas vantagens comerciais, entretanto a relação que estabelecem com os consumidores e com os produtores locais – que são privilegiados como fornecedores – levam ao enfraquecimento das redes de supermercados concorrentes.

Desse modo, propõem que se supere a dicotomia “convencional-alternativo”, que *reduz a questão da produção e consumo alimentar como dividido entre as diversas iniciativas “alternativas” que se posicionam contra um convencional sistema alimentar monolítico.*

Estamos de acordo com Holloway et al. (2007) em que o termo “alternativo” não é adequado para se referir a essas iniciativas. Existem inúmeras respostas que põem limites aos excessos da produção e consumo, e elas podem se limitar a espaços-locais ou alcançar dimensões que ultrapassem as fronteiras nacionais.

Num cenário complexo como esse, a análise de como as experiências locais/globais de práticas alimentares se realizam pode ser feita a partir da abordagem dos fluxos sociais.

Essa perspectiva está sendo trabalhada por Arthur P. J. Mol e Gert Spaargaren, pesquisadores do Departamento de “Environmental Policy da Wageningen Agricultural University”, na Holanda. Ambos sociólogos ambientais pretendem construir um marco teórico capaz de explicar as dinâmicas sociais dos fluxos ambientais. “A sociologia dos fluxos coloca os fluidos globais, a dinâmica das redes globais e o espaço dos fluxos na agenda de pesquisa” (MOL; SPAARGAREN, 2005, p. 56). Os fluxos sociais são uma combinação de aspectos sociais e materiais, sendo possível incorporar a análise de “movimentos sociais e ONGs ambientais; informação, conhecimento e certificações ambientais; ou discursos, ideias, normas e valores” (p. 59). A proposta dos autores é levar em conta a mobilidade de ideias e referenciais de interpretação que fluem entre nós e redes ao redor do globo, juntamente com os fluxos materiais.

De acordo com esta visão, os fluxos e redes sugerem movimento, ação e mobilidade, remetendo-se à ideia de uma ‘sociologia móvel’. A análise dos fluxos abrange desde estudos locais, como os modos de produção, até aspectos globais, como a extração de recursos naturais. A sociologia dos fluxos é uma resposta às limitações da sociologia que foca na região e na sociedade, num contexto de globalização, em que não cabe tratar de assuntos que se limitem às fronteiras do Estado-nação.

A sociologia dos fluxos coloca os fluidos globais, a dinâmica das redes globais e o espaço dos fluxos na agenda de pesquisa, e retira as localidades, as práticas estáticas e o espaço de lugar. A ideia de fronteiras e agrupamentos fixos, especialmente no interior de uma sociedade do tipo Estado-nação, é

substituída pelos fluidos globais sem fronteiras (MOL; SPAARGAREN, 2005, p.56).

Ao tratar dos fluxos sociais, os autores se opõem à tendência em se considerar os “espaços de lugar” como locais de resistência à lógica econômica dominante, tal como defende Manuel Castells (1998). Ao contrário, a sociologia ambiental pode mostrar que os regimes regulatórios de espaços de fluxos podem ser combinados com as dinâmicas dos espaços de lugar. Segundo os autores:

Apesar de a Sociologia dos Fluxos – no caso dos fluxos ambientais – empurrar os fluxos materiais para o centro da análise, ao mesmo tempo torna os fluxos ambientais inerentemente sociais. Um fluxo ambiental não se constitui apenas de substâncias materiais e infraestruturas técnicas, mas também de cenários, nós, redes e discursos que acompanham os fluxos ou fluidos em questão. [...] Ao analisar os fluxos, a Sociologia dos Fluxos concentra-se no enraizamento social ao mesmo tempo em que enfatiza a dimensão material. (MOL; SPAARGAREN, 2005, p. 58).

As práticas alimentares que dizem fazer oposição à produção industrial e alcançam uma dimensão global são complexas e podem ser analisadas a partir da perspectiva dos fluxos sociais, incorporando os aspectos materiais. Os fluxos alimentares envolvem tanto as substâncias materiais e suas infraestruturas técnicas como os cenários, redes e discursos que acompanham estes fluxos. As cadeias de produção e consumo são espaços onde circulam discursos, visões de mundo, práticas e produtos materiais.

Nesse cenário de questionamentos e mobilizações coletivas, que alcançam dimensões globais, se destaca o movimento Slow Food (SF). Consideramos que este movimento pode ser objeto de uma análise interdisciplinar muito representativa da complexidade dos processos contemporâneos da globalização e será o tema desta tese. O SF foi criado na Itália como resposta aos efeitos padronizantes do *fast food* e ao estilo de vida e de alimentação que vêm se consolidando em várias partes do planeta, caracterizado pelo ritmo frenético atual; pelo desaparecimento das tradições culinárias regionais; e pelo decrescente interesse das pessoas na sua alimentação, na procedência e sabor dos

alimentos. Este movimento procura enfocar que a escolha alimentar de cada indivíduo afeta outras pessoas em várias partes do mundo.

O SF assume um discurso que se aproxima da dicotomia verificada nas produções acadêmicas que usam o conceito de AFN. O SF se coloca como um movimento que se opõe à produção industrial dominante, passando uma imagem de homogeneidade. Entretanto, atualmente, agrega mais de cem mil associados espalhados por cerca de 150 países<sup>2</sup>. Possui vários projetos, como 405 Fortalezas<sup>3</sup>, 1300<sup>4</sup> Convívios e 1951<sup>5</sup> Comunidades do Alimento (257 na África, 701 nas Américas, 174 na Ásia, 792 na Europa e 27 na Oceania) e realiza eventos mundiais<sup>6</sup>. É, portanto, um movimento amplo, que se insere em contextos sociais variados e não homogêneos. O movimento intensifica a relação entre o global e o local. As ideias, conhecimentos, informações e práticas exitosas que transitam entre os membros do movimento constituem os fluxos sociais. As ideias e práticas do movimento envolvem problemas como a forma de produção, a comercialização, a qualidade, os padrões de consumo que assumem contornos específicos de acordo com seus contextos sociais. A abordagem dos fluxos sociais nos parece a mais adequada para captar tanto os aspectos materiais de seus projetos na área de produção e consumo alimentar, como seus elementos sociais e políticos, incorporando os diferentes cenários e discursos que acompanham o aspecto material.

Outro aspecto dos processos de fluxos são os “mundos imaginados”, que são formas simbólicas, mensagens e imagens transmitidas rapidamente para públicos diversos pelos meios de comunicação (LONG, 2007, p. 405). Estes “mundos imaginados” são “imaginações historicamente situadas de pessoas e grupos, dispersos em todo o globo (...) são fluidos e conformados de modo irregular” (LASH; URRY, 1987).

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.slowfood.com/international/153/our-network>>. Acesso em: 26 jan 2013.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.slowfoodfoundation.com/presidia#risultati>; <http://www.slowfoodfoundation.com/italian-presidia#risultati>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://slowfood.com/international/4/where-we-are?-session=slofoodstorecom:C2745172031aa1E155yl1219F56A>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.terramadre.org/pagine/rete/comunita.lasso>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

<sup>6</sup> Alguns deles serão especificados no capítulo 1.

O movimento SF trabalha muito com a ideia do “mundo imaginado” via fotografias, *slogans* e publicações variadas, que expressam este “desejo compartilhado” de encontrar alternativas para as questões ambientais, políticas e sociais que envolvem a produção e consumo alimentar. Essas imagens passam uma mensagem de que há milhares de pessoas no mundo interagindo de acordo com os princípios do SF. Entretanto, existe divergência dentro do movimento.

Delinea-se, assim, um cenário complexo, em que há uma constante reinterpretação do movimento e uma adequação das atividades às condições locais. Por ser um movimento social que trata da temática alimentar, o SF se abre a pessoas de variados segmentos sociais, como negros, mulheres, idosos, ambientalistas, etc., além de reunir pessoas posicionadas em diferentes classes sociais, com bagagens culturais variadas e interesses conflitantes.

Sendo um movimento de origem italiana, cujas raízes remontam à década de 1970, o contexto sociopolítico e cultural de sua emergência está caracterizado por valores, ideias, tradições e práticas típicas daquele meio social. O conjunto de práticas e percepções do grupo social que deu origem ao SF consolidou visões de mundo e interpretações sobre as práticas alimentares que caracterizam o movimento atualmente e se propõe a fazer frente às formas de produção e consumo alimentar dominantes.

Nesta análise, não assumimos a posição dicotômica adotada pelas perspectivas teóricas mencionadas e pelo discurso do SF, mas procuramos analisá-lo em sua complexidade, observando as contradições, incoerências, variações de interpretações e disputas de interesses internas ao movimento.

Nesta tese, propomo-nos analisar a maneira como o SF se concretiza, ou seja, sua realização num contexto sócio-histórico específico. Nesta questão, o caráter interdisciplinar se revela essencial para sua melhor compreensão. É importante que algumas referências à abordagem antropológica sejam feitas para inserirmos na análise aspectos relacionados à trajetória pessoal de membros do SF, cuja ação contribui para delinear os contornos e estabelecer as características mais marcantes do movimento na localidade. É pertinente a incorporação na análise de elementos da vida pessoal de alguns membros, como escolhas profissionais, visões de mundo, inquietações sociais, pois contribuem para entendermos seu papel no movimento e suas ações. Estas ações ganham uma dimensão social na medida em que estão referidas e têm consequências em contextos sociais mais amplos, que extrapolam suas



vidas privadas. Sendo assim, parece-nos muito adequado adotarmos a abordagem do antropólogo Norman Long (2007) focada no ator social.

De acordo com Long, é na prática que os atores se entrelaçam e produzem as formas emergentes, construindo realidades singulares. Cabe, portanto, analisar e compreender como se formam e se transformam as relações sociais em contextos específicos, a partir da reinterpretação e aplicação das propostas do movimento.

A compreensão e as explicações sobre os fluxos sociais podem ser alcançadas com a sua incorporação na construção teórica das experiências concretas dos atores implicados. Uma análise que se proponha a isto não partirá de referências normativas, mas sim dos significados dados pelos atores à própria ação.

A perspectiva construcionista lida com o desencadeamento de fenômenos sociais, considerando que existem múltiplas possibilidades e que o presente é a realização concreta de uma delas. Em outros termos, um fato histórico pode ser a causa de vários fenômenos. Long pretende desconstruir as teorias normativas que tencionam formular explicações estruturais da sociedade por meio de conceitos e argumentos que não consideram a ação como componente fundamental na construção de formas emergentes e procuram a causa de fenômenos em estruturas sociais mais ou menos solidificadas. Segundo o autor, as teorias normativas, ao tratar de acontecimentos presentes e futuros, defendem que alguns fatos sociais seriam impossíveis ao invés de improváveis. Long argumenta que é pela ação social que os atores interagem e produzem as formações sociais. No processo, algumas possibilidades se realizam e outras não.

Num contexto de análise dos fluxos sociais globais, essa perspectiva se revela muito adequada, pois o cenário que se delineia é altamente dinâmico e há uma diversidade de atores em cena. Entretanto as questões estruturais da sociedade que ultrapassam o âmbito individual ainda permanecem no centro da explicação sociológica, na medida em que o interesse investigativo se concentra na compreensão de como se formam e transformam as relações sociais em contextos mais amplos. A abordagem focada no ator aspira incluir, em sua construção teórica e explicativa, as heterogeneidades sociais e a não determinação de estruturas normativas no fluxo da história.

A intensa troca cultural, de ideias, de conhecimento e de informações, também favorece a criação de alianças entre pessoas de diversas partes do planeta, pela emergência de novos polos de oposição ao poder dominante, a criação de novas identidades, etc. Num cenário como este, a perspectiva construcionista focada no ator fornece

instrumentos de análise capazes de apreender e explicar como o SF vem realizando suas propostas de práticas alimentares.

Num contexto de globalização do movimento SF, podemos questionar: Como as inúmeras iniciativas que o compõem refletem os problemas sociais e ambientais em suas práticas produtivas alimentares? Quem são os atores? Como a filosofia do “bom, limpo e justo” é interpretada localmente? Quais são as implicações dessa reinterpretação na concretização das ações? Isto tem influência sobre o êxito dos projetos? Há uma preocupação com as implicações socioeconômicas das escolhas alimentares? Quais seriam os interesses conflitantes? O SF consegue efetivamente promover práticas alimentares que façam oposição às práticas industriais dominantes?

Com base nessas questões, construímos a hipótese de que o deslocamento do movimento para lugares distantes pode acarretar mudanças tão profundas na maneira de percebê-lo que, na prática, o SF pode se distanciar de sua proposta original e não alcançar seus objetivos. O processo de ressignificação local do movimento supõe uma disputa com seu significado original e as práticas locais podem, em última instância, não constituírem forças de oposição às práticas alimentares dominantes, o que é o eixo de atuação defendido pelo SF.

## A ANÁLISE DO SLOW FOOD: CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

A análise do movimento SF afigurou-se me como um desafio acadêmico instigante e enriquecedor. Sendo formada em Ciências Sociais, desde a época da graduação me interessei pela temática dos movimentos sociais, mais especificamente, por um conjunto de fenômenos que estavam sendo identificados como Terceiro Setor. Este conceito era polêmico no meio acadêmico, mas eu o entendia como uma tentativa acadêmica de abordar uma série de iniciativas que estavam ganhando espaço na sociedade e colocavam em evidência ações, no âmbito da sociedade civil, que assumiam um caráter político. No mestrado no Programa de Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, dediquei-me a uma reflexão teórica sobre o conceito de terceiro setor, chegando à conclusão de que, independente da nomenclatura usada para fazer referência a essas inúmeras práticas de organização da sociedade civil, elas tinham o mérito de trazer à tona uma série de temas polêmicos (gênero, meio ambiente, juventude, economia solidária) e constituam eixos de poder na sociedade que questionavam as práticas dominantes. Concluí o estudo propondo que a

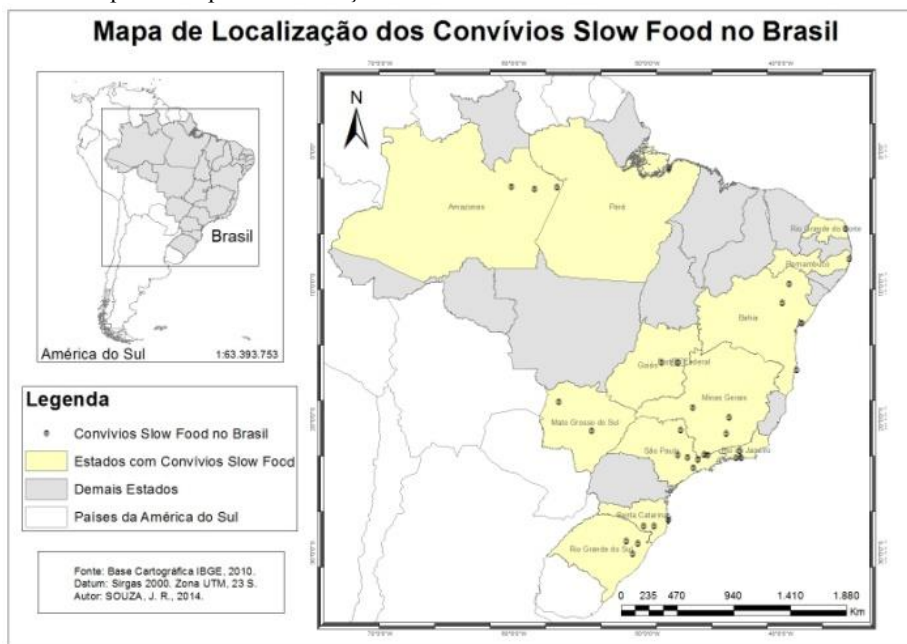
análise de cada caso empírico deveria ser orientada por um quadro analítico complexo adequado às suas especificidades.

O meu segundo mestrado na área de Cooperação Internacional ao Desenvolvimento, realizado em Barcelona, na Espanha, chamou minha atenção para uma série de problemas relacionados à realização dos projetos pelas agências de cooperação internacional. Entre esses problemas, podemos citar a relação institucional entre instâncias governamentais, como as prefeituras locais; a divergência cultural entre países; e as modalidades de participação da sociedade civil. Por se tratar de cooperação para o desenvolvimento entre países, a relação entre o local e o global era constantemente abordada nesses aspectos.

A presente pesquisa pareceu-me instigante e apropriada, pois se trata de um movimento social global com proposta de realização de projetos, o que toca em várias questões que me preocuparam durante minha trajetória acadêmica. Além disto, a temática alimentar, para mim, é extremamente atrativa por ser, por si mesma, interdisciplinar, envolvendo questões culturais, econômicas e sociais que lhe conferem, ao mesmo tempo, complexidade e dinâmica. Mais especificamente, a abordagem teórica focada no ator social de Norman Long completou o conjunto de fatores que me levaram a desenvolver esta pesquisa, pois é uma perspectiva que “dá vida” e supre importantes lacunas na compreensão da realidade social, ao incorporar – principalmente, mediante o conceito de agência – a subjetividade dos atores sociais e as configurações sociais particulares em cada projeto analisado.

Para a análise das práticas de produção e consumo alimentar dentro do SF, realizamos, inicialmente, uma pesquisa exploratória para identificar, no Brasil, localidades em que o movimento tivesse uma atuação expressiva. No momento inicial, a internet foi usada como instrumento de pesquisa que possibilitou uma visão ampla do movimento e sua estrutura no país. Após o levantamento de suas principais linhas de ação, detectamos dois projetos especialmente relevantes no Brasil: a Arca do Gosto e a Fortaleza. Além disto, o Convívio faz parte da estrutura político-administrativa do SF, como será explicado mais adiante. Nos mapas 1 e 2 estão localizados os Convívios e as Fortalezas do SF no Brasil.

Mapa 1 - Mapa de localização dos convívios Slow Food no Brasil



Fonte: SOUZA, J. R., 2014



porque poderá fornecer elementos que nos permitam compreender as limitações e potencialidades locais que favorecerão ao êxito ou ao fracasso de um projeto.

A pesquisa empírica em Pirenópolis foi realizada entre os anos de 2011 e 2013, com visitas à cidade e participação em eventos culturais relacionados com o SF em 2011 e 2012, conversas informais, visitas aos locais de produção e entrevistas abertas.

A investigadora fez visitas ao local de produção do baru, a alguns pontos comerciais, à feira, ao evento Slow Filme<sup>9</sup> e efetuou entrevistas com os participantes do movimento local. Por meio de um primeiro contato e conversas informais, foi detectando quais pessoas que tinham mais atuação no movimento localmente e selecionou os principais atores.

Em Pirenópolis, os atores sociais mais relevantes são: em relação ao Convívio, a líder, a chef francesa e o agricultor 2. Em relação à Fortaleza, são o Agricultor 1 e a sua filha. O universo de pesquisa é pequeno porque foram eles quem se dispuseram a falar em nome do movimento e também a pesquisa revela que são os atores decisivos no movimento local.

Para a realização dos projetos, eles fazem contato com outros atores que lidam com a temática alimentar, são eles: os demais produtores envolvidos na Fortaleza, Secretaria de Turismo da Prefeitura Municipal de Pirenópolis (Eventos gastronômicos), a Secretaria de Agricultura da Prefeitura Municipal de Pirenópolis (Apoio à feira de orgânicos), os comerciantes locais, os consumidores, o setor hoteleiro, o órgão de extensão rural, os restaurantes locais, os chefs e os feirantes locais. Com fins de apresentação, a seguir, far-se-á uma breve descrição sobre os principais atores do Slow Food Pirenópolis.

A líder de Convívio desempenha o papel institucional de mais responsabilidade nos países distantes da Itália. Além disto, ela assumiu, em 2012, a presidência da Arca do Gosto Brasil, projeto que ganhou força na estratégia política do movimento em relação aos países da América Latina.

---

<sup>9</sup> O "Slow Filme" é um festival internacional de cinema e alimentação realizado pela "Objeto Sim – Assessoria de imprensa e projetos culturais" em colaboração com o Slow Food Pirenópolis. O evento se realiza anualmente, no mês de setembro, na cidade de Pirenópolis, desde 2010. Durante quatro dias, são oferecidos filmes relacionados com a temática gastronômica, passeios com degustação e palestras sobre a temática alimentar.

A chef francesa ocupa um papel importante no Slow Food Pirenópolis, não do ponto de vista de gestão, engajamento político ou da parte operativa e estratégica, como a líder, mas como referência de outro estilo de vida, de outros padrões sociais. Esta chef está no Brasil há mais de 20 anos e seu estilo de vida está adequado aos princípios do SF.

O Agricultor 2 é um agricultor que pertence ao Convívio. Ele se inseriu no movimento como resultado de uma vontade de buscar soluções diferentes para os problemas de produção cotidianos. Por estar cansado de tantos gastos com insumos e pouco retorno, foi procurar a organização que considerava que poderia ajudá-lo a “mudar de ramo” trabalhando com orgânico. Na prática, este agricultor viu que o “negócio iria dar certo”.

O Agricultor 1 participa da comunidade de Caxambu. Essa comunidade é a peça principal do projeto da Fortaleza do Barú do SF, e, junto com o Agricultor 2, representa o domínio dos “produtores” (ver cap. 5) do Slow Food Pirenópolis. São eles os agricultores que realizam efetivamente o modo de produção defendido pelo movimento.

A filha do Agricultor 1 é um ator importante no Slow Food Pirenópolis. É ela quem faz o trabalho de administração da empresa familiar de Caxambu e a gestão com os demais agricultores do projeto. Ela organiza as vendas e estabelece os contatos com redes de venda. Como formação profissional, fez o curso do SEBRAE de administração rural, de formação de preço. Atualmente, faz curso de Gestão em Turismo (tecnológico/superior) na Universidade Estadual de Goiás, em Pirenópolis. Fez vários cursos de administração, no Instituto Sociedade População e Natureza/ISPN (formação de preços).

A seguir será exposto um quadro com informações sobre a pesquisa de campo.

Quadro 1 - Convívio Slow Food Pirenópolis e da Fortaleza da Castanha do Barú

Para esta pesquisa, foram feitas visitas de campo e entrevistas com os participantes do Convívio Slow Food Pirenópolis e da Fortaleza da Castanha do Barú. Algumas delas ocorreram durante o evento “Slow Filme”<sup>10</sup>, que tem lugar anualmente em Pirenópolis desde 2010, nos

<sup>10</sup> O “Slow Filme” é um festival internacional de cinema e alimentação realizado pela “Objeto Sim- Assessoria de imprensa e projetos culturais” em colaboração com o Slow Food Pirenópolis. O evento se realiza anualmente, no mês de setembro, na cidade de Pirenópolis, desde 2010. Durante quatro dias, são

quais a pesquisadora esteve presente nos anos 2011 e 2012. As entrevistas foram transcritas de acordo com a relevância para esta análise. Assim, todas elas foram levadas em conta, mas algumas delas não foram expostas diretamente.

**Líder** - julho de 2012 (1 hora e 50 minutos)

**Líder** - setembro de 2012/Slow Filme (36 minutos)

**Filha do produtor 1 (Fortaleza)** - julho de 2012 (31.52 minutos)

**Chef francesa (Convívio)** - julho de 2012 (1 hora e 30 minutos)

**Produtor 1 (Fortaleza)** - julho de 2012 (21.47 minutos)

**Produtor 2** - julho de 2012 (40 minutos)

**Irmã da líder (Convívio)** - setembro de 2012/ Slow Filme (30 minutos)

**Agricultor da Fortaleza do Barú (Fortaleza)**- setembro 2012/ Slow Filme (25 minutos)

**Francês (Convívio/comerciante)** - setembro 2012/ Slow Filme (40 minutos)

**Italiano (Convívio/ Comerciante/trabalhou com o produtor 2)** - julho de 2013 (40 minutos).

Como a realidade social é múltipla e variada, a realocação do SF nos diversos contextos locais apresenta configurações específicas. Assim, Pirenópolis é mais um espaço com características singulares que se insere dentro desse contexto global construído pelo SF, relaciona-se com influências distantes, reordena-se desde seu contexto local e contribui na caracterização do movimento em seu todo. Como se dá este processo e com quais características é nosso problema de pesquisa.

A sua análise envolverá algumas problemáticas alimentares que permeiam o movimento SF e são incorporadas por seus diferentes atores e adaptadas aos contextos locais, são elas o consumo, a comercialização e as estratégias de sobrevivência (*livelihood*).

Como a presente pesquisa trata da análise de como o conjunto de conhecimentos, informações e práticas alimentares fluem do contexto global para o local, foram realizadas pesquisas de campo em eventos internacionais e projetos do SF italiano, com o intuito de levantar elementos de reflexão sobre a experiência em Pirenópolis. Nessas pesquisas de campo no contexto internacional, tivemos como guia a questão de como o contexto local (agricultores, profissionais de diversas

---

oferecidos filmes relacionados com a temática gastronômica, passeios com degustação e palestras sobre a temática alimentar.



áreas, comerciantes, instâncias políticas) se apropria dessas informações e práticas.

Foram realizadas duas viagens à Itália com fins de pesquisa de campo. A primeira foi na ocasião do evento “Terra madre e Salón del Gusto”, em outubro de 2012. Este encontro ocorre a cada dois anos, tem uma duração de cinco dias e reúne agricultores, comerciantes, empresários, gastrônomos e um vasto leque de profissionais de diversas áreas provenientes dos 150 países que participam do movimento. Nessa viagem, a pesquisadora pôde conhecer o evento em seu todo. Nesse momento, ouviu a palestra de Carlo Petrini na cerimônia de abertura, na qual ele discursava sobre os princípios do movimento e sua aplicação na realidade atual.

Sobre os produtos, pôde observar o tipo e a variedade de produtos oferecidos pelos diferentes países (e regiões), a sua apresentação (embalagem), o preço, a desenvoltura dos vendedores, o significado que eles dão ao SF. Em relação aos produtores de Pirenópolis, pôde observar como eles se comportam num evento internacional de grande porte, sua habilidade em vender e se comunicar com os visitantes da feira, na apresentação do seu produto. Por meio de conversas informais, pôde captar o significado, para eles, de estar no evento, como entendem a organização do evento, o que acham da comida oferecida, se fazem contatos com pessoas de outros países, ou não. Nesse evento, também ocorrem cursos de gastronomia e palestras temáticas variadas, como turismo, queijo e cooperação internacional. A participação desse evento foi de grande importância para esta análise, por dar à pesquisadora um parâmetro mais amplo de compreensão do movimento como um fenômeno global, pois, nessa ocasião, produtores de todos os países participantes se reúnem durante quatro dias. A riqueza desse encontro nos dá elementos para avaliar em que medida os conhecimentos e as experiências de outras localidades exercem influência nas práticas locais, o que será observado em Pirenópolis.

Posteriormente ao evento, foram realizadas visitas em projetos exitosos<sup>11</sup> na Itália e foram efetuadas entrevistas abertas com alguns funcionários do Escritório Internacional. Este escritório conta com um corpo de profissionais, os quais são responsáveis pela administração do movimento na Itália e nos demais países. Essa pesquisa de campo ocorreu nos meses de janeiro e fevereiro de 2013 na cidade de Turim (ver mapa 3) na Itália. Esta cidade fica próxima à Bra (ver mapa 3), onde se localiza o Escritório Internacional. Durante esse período, foram

---

<sup>11</sup> Esses projetos serão especificados no capítulo 3.

feitas as entrevistas com os membros do Escritório Internacional<sup>12</sup>. Além disso, houve uma visita à Fortaleza da Razza Piemontese, na região de Piemonte e uma visita à Fortaleza da Bottarga de Orbetello, na Província de Grosseto, na região da Toscana. A pesquisadora também visitou o supermercado *Eataly*, em Turim, o Mercado da Terra, de Alba, e o Mercado da Terra, de Bolonha. Os dois quadros (2 e 3) a seguir trazem especificações sobre a pesquisa de campo nas duas fortalezas italianas.

#### Quadro 2 - Visita de campo

Esta visita de campo foi realizada na Fortaleza da vaca Razza Piemontese, localizada na “Azienda Agricola Olivero Mauro”, em Genola (CN). Esta fazenda é de propriedade de dois produtores. A Fortaleza da Razza Piemontese surgiu graças ao trabalho deste veterinário (o proprietário do estabelecimento), que reuniu 27 criadores e formaram a associação “La Granda”. A associação conta também com mais 49 criadores conveniados nas províncias de Cuneo e de Torino, somando um total de 76 criadores da razza piemontese. A área de produção é Comuni di Fossano, Genola, Cuneo, Mondovì, Roddi, Piozo, Trinità, Castelletto Stura, Bene Vagienna, Sant' Albano Stura, Marene.

Esta visita foi uma sugestão dos funcionários do Slow Food com a intenção de que eu conhecesse uma Fortaleza italiana considerada exitosa. A visita durou cerca de quatro horas e fui acompanhada por um dos funcionários que compõem a equipe de gestão das Fortalezas italianas. Na fazenda fomos recebidos por um dos proprietários, que fez todo o trajeto conosco pela propriedade mostrando-nos o estabelecimento, os animais e explicando cada etapa da produção da carne.

#### Quadro 3 - Fortaleza Bottarga di Orbetello

Por indicação da Diretora do núcleo para América Latina do Slow Food, foi feita uma visita de campo à Fortaleza da Bottarga di Orbetello, juntamente com a Técnica do Slow Food responsável pelo Brasil (do Escritório Internacional) e uma equipe da Associação Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (ASBRAER), composta pelos presidentes das associações estaduais de extensão rural. A visita durou um dia inteiro e foram visitadas as instalações, seguida de

<sup>12</sup> Estas entrevistas estão especificadas no capítulo 2.

uma refeição com os produtos da Fortaleza.

A pesquisa empírica também foi feita no Escritório Internacional, e foram levados em conta os atores que nos pareceram mais influentes na relação com o Slow Food Pirenópolis. Primeiramente, devemos mencionar o núcleo para a América Latina, que fica dentro do Escritório Internacional. Este núcleo está composto por quatro pessoas, são eles: o Diretor do Cone Sul, que é italiano e é o responsável pelo escritório de Bra e se ocupa do México, Centro América e Caribe, além de supervisionar o trabalho da Técnica, que se ocupa do Cone Sul. A Diretora do núcleo para América Latina é italiana e responsável pelas ações políticas do SF no Brasil. E a Técnica responsável pelo Brasil é brasileira.

O escritório da Fundação Slow Food para a Biodiversidade também se situa no prédio do Escritório Internacional e duas pessoas se revelam de fundamental importância, o presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade e a Diretora do núcleo que administra as Fortalezas do Slow Food Itália, que são cerca de 250. A Diretora é a “expressão empreendedora” da filosofia do SF, servindo de padrão de análise das Fortalezas em outras partes do mundo. O Presidente da fundação fez parte do grupo Arcigola.

Todos os atores mencionados foram entrevistados. Com Carlo Petrini não foi possível realizar uma entrevista. Entretanto é autor de vários livros, dá diversas entrevistas nos meios de comunicação e várias palestras, entre as quais, foi possível presenciar duas. O quadro a seguir traz informações sobre as entrevistas.

#### Quadro 4 - Entrevistas

As entrevistas foram realizadas em fevereiro do ano de 2013, no Escritório Internacional do Slow Food, localizado na cidade de Bra, na Itália. Foram entrevistadas seis pessoas e cada entrevista durou entre quarenta minutos e uma hora.

As entrevistas foram realizadas com os funcionários que tinham disponibilidade e aceitaram serem entrevistados.

Entrevistados:

- Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade (duração 1 hora).
- Diretora do núcleo para a América Latina. (1 hora).
- Diretor do núcleo para o Cone Sul (40 minutos).

- Técnica responsável pelo Cone Sul (40 minutos).
- Técnica responsável pelo Brasil (40 minutos).
- Gestora das Fortalezas italianas (1 hora).

Foi feita uma visita à Universidade de Ciências Gastronômicas<sup>13</sup> do Slow Food (UNISG/Università degli Studi di Scienze Gastronomiche), em Pollenzo (Bra). A pesquisadora assistiu a uma aula da disciplina “Interdisciplinaridade da gastronomia”. Os alunos desta universidade são provenientes de diferentes países, e as aulas são ministradas em inglês e italiano. Os professores são especialistas de diversas áreas de conhecimento que permeiam a produção e o consumo alimentar. Nessa ocasião, a pesquisadora entabulou conversas informais com os alunos e com a professora da disciplina mencionada.

Na Universidade de Turim, a pesquisadora contou com o apoio de dois professores pertencentes ao Centro Interdepartamental de Investigação e Colaboração Científica com o Sahel e a África Ocidental (C.I.S.A.O), os quais implementam projetos em parceria com o SF.

A análise empírica do SF também foi feita com base em informações disponibilizadas pelo movimento em suas páginas na internet, em folders e publicações impressas ou online. Foram consultados os seguintes documentos: o “Manifesto do Slow Food”, “A centralidade do alimento”, o “Social Report 2012” e o “Estatuto Slow Food”. Nestes documentos, procuramos observar aspectos de sua estrutura organizacional, política e financeira. A filosofia do “bom, limpo e justo” é um conjunto de princípios, valores e visões sobre a prática alimentar que o movimento expressa de forma difusa em todas essas fontes documentais e publicações. Portanto, nossa compreensão da filosofia foi obtida a partir da leitura desse material somada às entrevistas com os membros do movimento.

Com o intuito de conhecer o SF desde suas origens, no primeiro capítulo realizamos uma recuperação histórica do processo de emergência deste movimento, ressaltando aspectos que nos parecem cruciais para entender suas características atuais. Observamos que, nas próprias práticas que deram origem ao SF, emergiram as percepções e visões de mundo que hoje dão sentido às suas ações. Consultamos,

---

<sup>13</sup> A Universidade de Ciências Gastronômicas foi fundada, em 2004, pelo SF em colaboração com as regiões de Piemonte e Emília Romana (Itália). Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/unisg>>. Acesso em: 20 maio 2014.

principalmente, um livro chamado “Slow Food revolution: Da arcigola a Terra Madre una nuova cultura del cibo e della vita”, escrito por Gigi Padovani e Carlo Petrini e publicado pelo próprio SF. Este livro traz a trajetória do movimento de maneira detalhada; consultamos informações disponíveis em sua página da internet e documentos oficiais do movimento.

No segundo capítulo, apresentamos o quadro teórico-metodológico que sustenta esta pesquisa, baseada numa combinação entre a interpretação de novas correntes que analisam a produção e consumo alimentar e a teoria do ator social de Norman Long. Propomos uma análise de como o movimento se concretiza a partir de sua complexidade.

No terceiro capítulo, argumentamos que o SF cria inúmeros mecanismos de politização da prática alimentar e, ao usar a comercialização como estratégia política de consolidação de suas ideias, ele cria o que chamamos de “empreendedorismo politizado”, o que lhe confere uma originalidade como ator social. Com base nas entrevistas com os membros do Escritório Internacional, buscamos mostrar as incoerências e dificuldades (questões problemáticas) entre discurso e prática.

No quarto capítulo, são discutidas algumas questões referentes às experiências exitosas do SF na Itália, ressaltando aspectos que orientarão a análise do SF em Pirenópolis. Consideramos que as experiências exitosas do SF podem servir de referencial de atuação para outros lugares, ou seja, entram na dinâmica dos fluxos sociais e chegam a outros contextos em forma de informação, conhecimento, ideias, valores que podem servir de orientação para outras práticas.

No quinto capítulo, realizamos uma análise do Slow Food Pirenópolis. Nossa proposta de análise se concentra numa compreensão do movimento em seu todo e a posterior análise de como o movimento se concretiza em Pirenópolis. Nesta análise, o sentido que os atores dão à suas ações é fundamental, pois, por transitar por lugares distantes, o movimento passa por resignificações e adaptações de suas propostas alimentares, dando lugar a práticas que podem não corresponder ao sentido proposto pelo movimento.

Nas conclusões, buscamos recuperar a argumentação, enfatizando que, como um fenômeno da globalização, o SF revela complexidades e levanta questões que precisam ser refletidas em sua especificidade, levando em conta o contexto local e os conflitos existentes.



## 1 A EMERGÊNCIA DO SLOW FOOD

O SF emerge de um intenso movimento cultural, o Arcigola, que primava pela cultura local, pelo convívio e pelo prazer. Foi a partir das atividades desse grupo que surgiram as ideias alimentares que dão sentido às práticas do SF até hoje, ainda que o movimento tenha passado por várias transformações no decorrer dos anos. Neste capítulo, discorreremos num primeiro momento, como, por meio da realização prática do Arcigola, foram se constituindo as características atuais do SF. Em seguida, analisamos alguns projetos e documentos oficiais atuais, mostrando que estes expressam o conjunto de ideias e práticas forjadas no contexto das atividades do Arcigola, que são: ações politizadas e realizadas coletivamente, vinculadas à gastronomia, que buscam o prazer na própria militância e visam ao bem comum.

As ideias desenvolvidas nesse contexto são chamadas pelo movimento de “filosofia do Slow Food”, e a sua síntese está expressada no slogan “bom, limpo e justo”, que faz referência ao alimento de boa qualidade (bom), à sustentabilidade (limpo) e à justiça social no processo produtivo (justo). Como veremos, esta filosofia é a expressão de aprendizados decorrentes da experiência e traz elementos que sustentam todo o movimento, desde sua estrutura organizacional à execução de seus projetos.

### 1.1 DE ARCIGOLA A SLOW FOOD: A CONSTRUÇÃO DE UM SENTIDO PARA A MILITÂNCIA ALIMENTAR SOB A ÓTICA DO CONVÍVIO E DO PRAZER

#### **1.1.1 O surgimento da temática alimentar e os Novos Movimentos Sociais**

O livro “Slow Food revolution: do Arciloga ao Terra Madre, uma nova cultura da comida e da vida”, de Carlo Petrini e Gigi Padovani (2005), expõe de forma detalhada o surgimento do SF desde suas raízes, pelo qual podemos visualizar as origens e a consolidação das principais características do movimento atualmente, como a capacidade de iniciativa e articulação, os valores culturais e a proposta política.

De acordo com o autor, no início da década de 1980, jovens de cerca de trinta anos, habitantes da cidade de Bra<sup>14</sup>, pertencentes à associação nacional, chamada Associazione Ricreativa Culturale Italiana

---

<sup>14</sup> Ver mapa 3.

(Arci), formaram a associação Arci Langue. Politicamente, era uma região que se pretendia “branca e vermelha”: branca por um viés democrático cristão e vermelha pelas ideias comunistas e socialistas. Nessa época, é fundada a “Associação de Amigos do Barolo”, vinculada ao Arci Langue, que reivindica o direito ao prazer do convívio, composta por pessoas que compartilhavam as ideias político-culturais de 1968 e já tinham grande experiência de militância política por intermédio de canções populares, espaços recreativos, jornais e rádios livres. Após o intenso período de militância, o grupo se habituou a reunir-se em espaços recreativos, de convívio, desenvolvendo o gosto pela vida, discutindo sobre o vinho e as “osterias”<sup>15</sup>. Dessas reuniões participavam pessoas de atividade no cenário cultural, como Amilcare Rambaldi, um socialista eclético, idealizador do Club Tenco<sup>16</sup> e do Festival Música de San Remo. Na foto 1 vemos uma foto ilustrativa dos eventos culturais realizados pelo Arci Langue.

Foto 1 - Eventos culturais realizados por Arci Langue – Os encontros culturais e musicais eram importantes momentos de convivialidade



Fonte: Site de Clara Gigi Padovani<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> Lugares públicos de alimentação e degustação de vinho.

<sup>16</sup> Fundado com o objetivo de resgatar e valorizar a música, a poesia e o artista.

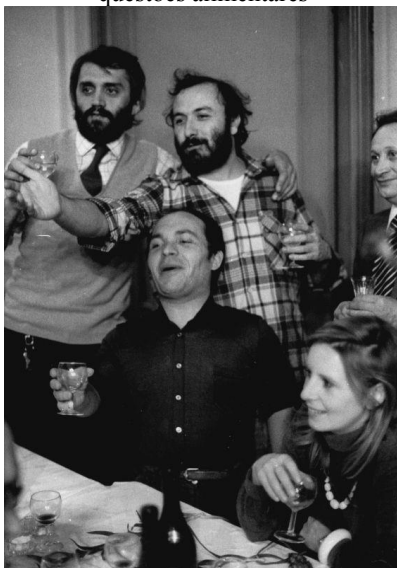
<sup>17</sup> Disponível em:

<<http://www.claragigipadovani.com/index.php/sito/multimedia/C49/>>. Acesso em 02 dez. 2013.



Esse contexto político e cultural, centrado no “enológico”, fez parte das origens do Arcigola, mas sua articulação é ainda anterior. Em Bra, em 1971, surgiu uma associação cultural de jovens de esquerda, o “Circolo Leonardo Cocito”. Os jovens membros pensavam que, em Bra, predominava o pensamento conformista e se dedicavam a fazer publicações que questionavam a ordem vigente. Gostavam de levantar discussões provocativas, com uma veia astuta e irônica. Em 1975, em Bra, é fundada a Unidade Popular, uma associação vinculada ao Arci. Esse grupo criou também uma rádio pirata a “Radio Bra Onde Rosse” (Rádio Bra Onda Vermelha), que se posicionava contra a ordem estabelecida local. Na foto 2 vemos uma foto ilustrativa dos movimentos de degustação de vinho e discussões políticas, no centro em pé, está Carlo Petrini.

Foto 2 - Movimento de degustação de vinho e discussões políticas – A degustação de vinho fez parte do momento inicial de direcionamento para as questões alimentares



Fonte: Site de Clara Gigi Padovani<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Disponível em:

<<http://www.claragigipadovani.com/index.php/sito/multimedia/C49/>>. Acesso em 02 dez. 2013.

Em 1974, deu-se início a uma publicação mensal, “In Campo Rosso”. Na época, a publicação era dirigida pelo jornalista que, atualmente, faz parte da Editora Slow Food. O grupo se reunia na casa de Piero Sardo, para decidir sobre os artigos. Em 1975, abriram, em Alba (uma cidade vizinha a Bra), uma livraria, a “Cooperativa Libreria La Torre”, que se consolidou também como um circuito cultural e ambiente político.

Após as intensas questões que envolviam as experiências de militância comunista pós Segunda Guerra mundial, as pessoas que transitavam nesse domínio social – muitas delas ex-militantes sindicalistas – respiravam e se inspiravam em ideias de leveza e “deixar ser”, contra o autoritarismo soviético.

O contexto sociopolítico desse grupo de ex-militantes de esquerda, cujas atividades preconizam o SF, era de crise e desânimo em relação ao comunismo e às suas formas de entender e praticar a política. Era um contexto em que emergiram novas mobilizações sociais que questionavam os princípios societários de organização, baseados na impessoalidade, na racionalidade do cálculo e no pragmatismo. Essas mobilizações se organizavam em torno de temas variados, como ecologia, mulheres, defesa da infância, ética na política.

A bibliografia sobre esses movimentos é vasta. Um importante eixo de análise se concentra na esfera da cultura, na recuperação dos sentimentos, do desejo e do prazer. Questionam os princípios e os valores instituídos, apostando em suas capacidades de criação de novas significações. Entre os investigadores, podemos mencionar Cornelius Castoriadis (1988) que desenvolveu sua análise, prioritariamente, no campo cultural. Segundo este autor, a transformação social passa, necessariamente, pela cultura, entendida como:

[...] tudo o que na instituição de uma sociedade ultrapassa a dimensão unidade/identidade (funcional/instrumental) e que os indivíduos dessa sociedade tomam positivamente como ‘valor’ no sentido mais geral do termo: em suma, a Paideia dos gregos. Como seu nome indica, a Paideia contém indissociavelmente os procedimentos instituídos mediante os quais o ser humano, no curso de sua constituição social como indivíduo, é conduzido a reconhecer e investir positivamente os valores da sociedade. Os valores não são dados por uma instância externa, nem descobertos pela sociedade em fontes naturais ou no céu da Razão.

Eles são, cada vez, criados pela sociedade considerada como núcleo de suas instituições, sinais últimos e irredutíveis da significação, polos de orientação do fazer e do representar social. É então impossível falar de transformação social sem encarar a questão da cultura nesse sentido (CASTORIADIS, 1988, p.2).

Em sua análise, Castoriadis enfatizava que a transformação passa, também, pela reconfiguração dos valores que orientam o fazer e o representar social. Neste sentido, a reformulação dos significados das ações e representações sociais implica a revisão dos valores criados socialmente e que prezavam tanto por sua funcionalidade, instrumentalidade racional e pragmatismo. Outro autor que salientava a importância política da dimensão cultural nos movimentos críticos da esquerda é Marcel Rioux (1985). Segundo este autor, o “fracasso da esquerda e do impulso das forças de extrema direita viram o papel decisivo da cultura, do imaginário e do simbólico” (p.7). O resgate cultural e simbólico, nas práticas políticas, representa uma ruptura com o recorrente pensamento do século XIX, de que as práticas políticas propriamente ditas estavam restritas às lutas operárias. Rioux lança seu olhar para os componentes éticos e estéticos do engajamento político. Para ele, a crise que alterava a configuração econômico-política dos complexos industriais abriu margem para modificações profundas no plano da cultura. Esta se manifestava sob a forma de um rearranjo cultural constante e não claramente definido (p. 6).

A proposta do SF de recuperar o prazer e o sentido comunitário faz parte de um momento histórico em que esses novos movimentos priorizam a recuperação do sentimento, do prazer e das práticas comunitárias.

Essas novas mobilizações sociais, mais recentemente, foram chamadas de novos movimentos sociais (NMS) e cujas características foram demarcadas por vários autores, entre eles, Boaventura de Souza Santos (1997) que esclarece:

A novidade maior dos NMS reside em que constituem tanto uma crítica da regulação social capitalista, como uma crítica da emancipação social socialista tal como ela foi definida pelo marxismo. Ao identificar novas formas de opressão que extravasam das relações de produção e nem sequer são específicas delas, como sejam a

guerra, a poluição, o machismo o racismo ou o produtivismo, e ao advogar um novo paradigma social menos assente na riqueza e no bem-estar material do que na cultura e na qualidade de vida, os NMS denunciam, com uma radicalidade sem precedentes, os excessos de regulação da modernidade (p. 258, tradução nossa).

O SF como integrando esses novos movimentos sociais já que este movimento propõe revisões sobre os hábitos alimentares e os padrões cotidianos de consumo. Ao defender a recuperação de hábitos alimentares tradicionais e o convívio coletivo, o Slow Food se enquadra entre esses movimentos, nos quais Evers (1984) reconhece uma capacidade de questionar a definição dos indivíduos ou grupos a partir de seus potenciais de consumo. Evers considera que são os milhões de pequenos atos cotidianos de obediência irrefletida à ordem existente que reproduzem e reforçam as estruturas sociais. Nessa direção, podemos entender que, ao estimular nos indivíduos a reflexão sobre as condições de produção e consumo alimentar, o SF se insere no campo de ação dos NMS que podem, no dia a dia, reconfigurar as práticas alimentares.

Evers (1984) afirma que as estruturas políticas atuais corporificadas no estado burguês e nos partidos leninistas reeditam a hierarquia das fábricas capitalista. Ele se junta a outros estudiosos que buscam abandonar as interpretações da tradição marxista, as quais reforçam o monopólio político dos partidos, propondo um ‘alargamento do político’, e incluindo como prática política as manifestações, ocorridas no próprio período de ditadura, por moradia, consumo, cultura popular, etc. Os NMS demonstram grande capacidade inovadora, criando e experimentando formas diferentes de relações sociais quotidianas. Assim, junto à emergência de novos campos de ação política, surgiram novas formas de ‘fazer política’ e novos agentes políticos.

Segundo Evers (1984), numa democracia, a identidade só pode se desenvolver na diversidade, num cenário político no qual ‘todas as vozes’ possam ser ouvidas. A “identidade é algo do tipo faça-você-mesmo” que não pode ser dado por outrem” (p. 19).

A filosofia do SF coloca ênfase nesse aspecto, se autorreferindo como um movimento em que prevalece a “austeridade anárquica”, ou seja, um movimento que inclui diversos grupos sociais, cada qual com sua maneira de interpretar e por em prática a filosofia do movimento, construindo sua própria identidade dentro do movimento. O SF

apresenta algumas características originais em relação a outros movimentos sociais, como o ambientalista ou o feminismo, por enfatizar o desenvolvimento local, os traços culturais do território, os gostos tradicionais e, também, por inserir suas atividades na lógica comercial por meio do empreendedorismo, como será discutido mais adiante.

Em relação ao contexto político e cultural do momento, Padovani e Petrini (2005) relatam que:

Estava na moda a *Insustentável leveza do ser*, o romance de Milan Kundera. O protagonista do livro era o cirurgião Tomás, que ama a sua esposa e seu trabalho, na convicção de que 'o homem vive cada coisa pela primeira vez, sem preparação. Como um ator que entra em cena sem nunca tê-la experimentado antes'. Da mesma forma, Carlo, Silvio, Firmino, Marcello, Gigi, se colocavam nesta nova aventura com leveza e curiosidade, em repetidos começos (estreia/debute) a cada dia (p.64, tradução nossa).

Essas ideias serviram de inspiração para duas importantes características de tais experiências militantes: a sua flexibilidade e capacidade de improvisação. Assim, esse grupo atuava de modo a aproveitar as imprevisíveis circunstâncias sociais de maneira a adequá-las para a conquista do que defendiam. A foto a seguir ilustra os frequentes momentos de festividade e descontração neste grupo.

Foto 3 - Momentos de festividade e descontração – O primeiro da fila é Carlo Petrini



Fonte: Site de Clara Gigi Padovani<sup>19</sup>.

De acordo com Padovani e Petrini, um fato essencial para que o grupo do Arci Langue começasse a “despertar a consciência” para o viés gastronômico – que se tornaria a característica central do Slow Food – foi um encontro, em 1982, em Montalcino com os militantes de esquerda pertencentes à associação nacional “Arci”. Nesse período, o grupo do Arci Langue foi a um encontro na “Casa do Povo”, que pertencia à associação Arci, no qual as refeições oferecidas não proporcionavam o prazer na alimentação que eles tanto prezavam. Como era um grupo que já havia criado o hábito de se encontrar para fazer política em espaços recreativos onde se bebia vinho e se comia bem, as condições em que se encontraram neste evento na “Casa do Povo” lhes pareceram inadmissíveis. Por isso, escreveram uma carta aos membros diretivos da Casa do Povo na qual demonstravam sua insatisfação de forma direta e, de acordo com Padovani e Petrini (2005), quase grosseira. Um trecho da carta será transcrito abaixo:

---

<sup>19</sup> Disponível em:

<<http://www.claragigipadovani.com/index.php/sito/multimedia/C49/>>. Acesso em 02 dez. 2013.

Companheiros, basta com essa desleixada costela na brasa, com esta 'gialapa' que não se pode beber, com essa visão negra e masoquista da militância. Ainda que a revolução não seja um banquete de gala, como sustentava Mao Tse-tung, reivindicamos, ao menos, o direito ao prazer (p. 18, tradução nossa).

Esse grupo defendia que o gosto era coisa séria e não se poderia subestimá-lo por razões ideológicas. Colocavam-se, portanto, contra a “igreja vermelha” (Partido comunista/PCI) e contra a igreja católica oficial, que considerava a gula como um dos sete pecados capitais. Longe de abandonarem a militância, propunham uma nova maneira de exercê-la, que divergia da maneira da esquerda tradicional. E isto era parte de um movimento que atravessava Europa. Mas, aqui, podemos considerar que assumiu essa forma pelo caráter social que tem o alimento na cultura italiana. A proposta deste grupo não teve uma boa aceitação entre os dirigentes da “Casa do Povo” e a maioria dos filiados, pois estes pensavam que tinham questões políticas mais importantes a tratar do que a qualidade da comida oferecida nos encontros políticos.

De acordo com Padovani e Petrini (2005), nesse momento, estavam dando o primeiro passo para a formação da associação enogastronômica chamada Arcigola. Começavam aos poucos, então, a entender que o gosto do prazer na militância era uma característica distintiva desse grupo que os “afastava” da tradicional militância de esquerda. Entretanto não se desvinculavam das questões sociopolíticas.

Aos poucos, o grupo se dava conta de que sua forma de pensar e de agir assumia características específicas. Conforme Padovani e Petrini (2005), nesse momento, nos inícios dos anos de 1980, a associação se voltava mais diretamente para as questões gastronômicas – principalmente, enogastronômicas – e se conscientizavam de que deveriam investir na arte da alimentação e na arte da culinária, dando o devido mérito tanto à preparação como à degustação. Pela primeira vez, uma associação de esquerda se dedicava ao tema do vinho e da convivência, reivindicando o direito ao prazer.

Segundo Padovani e Petrini (2005), ainda que a proposta gastronômica desse grupo tivesse sido rejeitada pela maioria da esquerda, alguns se puseram de acordo e se associaram ao Arcigola. Todo esse processo contribuiu para que o grupo comesse a se dar conta de que a sociedade camponesa, que muitos desejavam ver sepultada, era, na verdade, um elemento inovador da sociedade. Foi em

meio a este contexto que se forjou a ideia de eco-gastronomia. O Arcigola estava, portanto, alcançando o equilíbrio entre a convivência e a formulação de uma nova percepção cultural (p. 61).

Em 1986, nasce a associação Arcigola e Petrini é eleito o presidente. O nome “gola” quer dizer garganta em italiano e foi escolhido exatamente para marcar a diferença do Arci Langue, focando a questão central desta nova associação: o alimento.

Ainda de acordo com Padovani e Petrini (2005), as atividades do grupo sempre tiveram uma proposta de sair da região de Langue e alcançar outros espaços. Desde o início dos anos 1980, os “Amigos do Barolo” organizavam eventos enogastronômicos fora de Langue, com a participação de cantores políticos. Os eventos reuniam canção, vinho, política, comida e prazer e deles participavam intelectuais, cozinheiros, gastrônomos, militantes, artistas, etc.

Outro aspecto importante da emergência do SF é que a questão alimentar surgiu e se solidificou aos poucos. Gradualmente, esse grupo foi percebendo que, para garantir o prazer na alimentação, era necessária uma “luta social” contra pré-conceitos e a favor das práticas de produção e consumo local, baseadas em conhecimentos tradicionais e no uso de espécies locais. Além disto, o SF, atualmente, tem a característica de tratar as questões sociais relacionadas à prática alimentar de forma “leve” e “improvisada”. Este é um aspecto importante de seu discurso e maneira de atuar, pois permite que cada pessoa se aproprie de sua filosofia e a coloque em prática de maneira distinta, de acordo com o contexto local. Vemos, portanto, que essa característica tem seu berço neste período de cerca de dez anos de consolidação da Associação Arcigola.

### **1.1.2 Inovando a prática militante: o uso do empreendedorismo para solucionar problemas coletivos e alcançar o bem comum**

O empreendedorismo era uma prática constante no Arcigola. Para Padovani, era comum neste circuito de ex-sindicalistas, que, depois de deixar o operariado e passar por desilusões políticas com o refluxo das ideias de 1968, abrissem enotecas e cooperativas de “trattoria” como forma de ganhar a vida. Nas palavras de Petrini:

Quantos são os companheiros que neste último ano, depois da experiência política nas fábricas e nos sindicatos, quiseram entrar para o fascinante e socializante mundo dos restaurantes abrindo



osteria, trattoria e enoteca. Muitos, indubitavelmente, muitos [...] outros foram amadurecidos profissionalmente criando uma simpática rede de lugares onde a gastronomia é vivenciada sem os floreios e a prosopopeia de certos locais de alta linhagem (PADOVANI; PETRINI, 2005, p.26, tradução nossa).

De acordo com Padovani e Petrini (2005), o trabalho em cooperativa nasceu com uma finalidade múltipla de enogastronomia, de turismo local, restaurantes, etc., e as pessoas envolvidas trabalhavam naquilo que tinham mais afinidade. Entretanto essas cooperativas trabalhavam também na área política, pois, para eles, a forma associativa é sempre um ato político. E, além disto, haviam feito uma escolha cultural que era aos poucos absorvida pelos participantes (p. 27).

Em novembro de 1981, a Campania e a Basilicata foram devastadas por um terremoto que deixou cerca de 300.000 sem teto. A ajuda chegou de toda parte da Itália, inclusive desses militantes. Para ajudar a se reerguer economicamente, começaram a fazer empreendimentos que valorizavam os camponeses, do produtor de vinho à “osteria” e o conhecimento do território, procurando conciliar o aspecto econômico e a qualidade.

A abertura de empreendimentos familiares ou em cooperativas sempre foi uma opção para se sair de más condições de vida. Geralmente, estes estabelecimentos serviam também como espaços de reuniões recreativas e de debates políticos desse meio social.

Num encontro com Petrini, na Cooperativa Libreria La Torre di Alba, um casal de amigos foi convidado por ele a reabrir a “trattoria” da família que havia sido fechada havia trinta anos. O casal aceitou, e este lugar foi mais um ponto de encontro onde o círculo Arci podia se reunir, comer comida típica popular da região e fazer política. Geralmente, esses lugares eram frequentados por políticos, como lembra a dona da “trattoria”, Pina Bongiovanni:

Vinham todos, desde Luciano Lama, secretário da Cgil, a Ermete Realacci, secretário da Legambiente, de Diego Novelli, prefeito de Torino a Massimo D'Alema e Walter Veltroni, e outros tantos [...] Nos primeiros anos para comer conosco precisava ter uma carteirinha. Servia somente pão e salame, depois chegaram os

'tajarin', os cordeirinhos de plin, o coelho ao molho e o vitellotonnato. São os mesmos pratos que se encontram hoje sob reserva, servidos pela filha Patrizia. Escreveu Folco Portinari que lá se comia o melhor coelho do mundo. E foi sobre aquelas mesas que nasceram o Arci Gola e o manifesto do Slow Food de 1989 (Pina, *apud* PADOVANI; PETRINI, 2005, p.56, tradução nossa).

Outros estabelecimentos também foram abertos com o mesmo propósito. Com a cooperativa, começaram, então, a organizar um “campo escola” para garotos da escola média inferior romana. Faziam um itinerário histórico-social explicando aos alunos a economia daquela zona. Faziam também um jogo francês, com várias essências, para fazê-los perceber os diferentes aromas. Durante as aulas, os alunos identificavam os cheiros da maçã e confundiam com o cheiro do shampoo. Não sabiam reconhecer esses perfumes primários naturais. Alguns nunca haviam visto uma vaca. Também faziam passeios de “campi estivi” em canoa, cavalo ou bicicleta. Ou o “tracking” todos esses passeios sem perder de vista os camponeses e os produtos da terra. Aplicava-se a enogastronomia do campo. A paixão pelo vinho e pela gastronomia alcançava a todos.

As atividades empreendedoras eram realizadas por ex-sindicalistas que davam às suas práticas um sentido comunitário, de recuperação de hábitos tradicionais e de convívio, buscando fortalecer os laços de solidariedade e distinguir-se do requinte que traz a distinção social, praticado pelos grupos de elite. É um grupo que, após a militância oficialmente exercida junto da esquerda tradicional, mostrava a necessidade de desenvolver trabalhos de autossustento com propostas sociais orientadas pelo ideário de esquerda, e este se expressava também na maneira como o exerciam, fosse na forma de cooperativa, na gestão coletiva ou no objetivo final que era uma refeição bem feita, a qual conciliava a comida de qualidade com práticas sociais coletivas, visando ao bem comum.

Dessa forma, as atividades empreendedoras realizadas por este grupo já nasciam com a característica de dar um sentido a tal ação como um meio de se alcançar fins comunitários. A atividade comercial entrara nesse contexto com uma finalidade social que ultrapassava os fins puramente econômicos.

Outra característica importante desse grupo é a grande capacidade de iniciativa política. Atualmente, esta é essencial nos projetos do SF, e vemos que está presente em todos os envolvidos com o Arcigola e nas inúmeras atividades que realizavam. A própria militância já é uma ação marcada por um profundo compromisso de por em prática novos ideais políticos e visões de mundo. Portanto, esses ex-sindicalistas tinham incorporado essa atitude de buscar por si mesmos soluções para seus problemas econômicos e encontrar saídas para contextos sociopolíticos com os quais não estavam de acordo.

Além dos restaurantes, o Arcigola também realizava outras atividades que hoje estão presentes no SF, como excursões ao campo e atividades radicais que estão fortalecidas em inúmeras atividades de turismo ecológico que seus associados realizam. As atividades educacionais constituem, também, uma grande área de atuação do SF.

### **1.1.3 Sementes de uma prática comercial politizada: a comercialização coletiva e antielitista**

A partir de 1980, começaram a publicar, anualmente, um catálogo que oferecia uma etiqueta de qualidade até então desconhecida, segundo um critério que dizia:

A nós que hoje somos o consumidor disponível, de uma parte seja agredido pelo excesso de protocolo, de cartazes, de um excesso de imagem e de 'status symbol' apesar do vinho [...]. Nós por outro lado, buscamos percorrer a via mais difícil: aquela de selecionar e propor certo número de vinhos, que poderíamos definir de ótima qualidade e preço médio [...]. Desfolhando essas páginas apaixonantes e apaixonadas, nos convencemos uma vez mais de ser o caminho certo. Sigam-nos (PADOVANI; PETRINI, 2005, p. 61, tradução nossa).

De acordo com Padovani e Petrini (2005), outra experiência importante para o nascimento e consolidação do Arcigola foi de outro “sessentotino”, que, ao final dos anos 1970, abriu em Roma um dos primeiros “Winebars” italianos, ao lado do Coliseu, chamado *Cavour 313*.

Esse foi um importante lugar para os encontros que consolidaram o SF. No *Cavour 313*, ofereciam cursos e degustação, e a educação dos clientes se fazia diretamente na mesa. Este grupo compartilhava o

interesse por assuntos de cultura material que não queriam deixar apenas para a direita intelectual ou para os *gourmet* burgueses. Eram jovens de uma nova esquerda, que queriam aprender técnicas de produção e explicá-las de forma menos complicada, com uma linguagem compreensível que pudesse agradar, também, aos jovens. Essa ideia permanece hoje no “Salón del Gusto”. Nesses circuitos culturais, eram comuns as refeições entre amigos. Nas palavras de Padovani e Petrini (2005):

O que digo sempre aos meus amigos do Slow Food: se não conseguirem mais se divertirem, é melhor deixar pra lá. Aquela era uma tradição que estava morrendo. A havíamos redescoberto e agora se fazia vigorosa. Aquele contato com a comida simples e popular de casa de campo constitui um momento importante da minha experiência. Certo, admito que, nos últimos tempos, as metas dos nossos passeios noturnos eram mais voltadas para beber bem. Também porque nunca tínhamos acreditado na excelência do vinho do camponês e ficamos mais exigentes com o passar dos anos (p. 47, tradução nossa).

Como podemos perceber, à medida que as ideias do Arci Gola iam ficando mais conhecidas, mais pessoas se identificavam e começavam a atuar neste sentido. Assim, novos espaços surgiam e se constituíam como novos pontos de encontro e discussões políticas, o que fortalecia as ideias e práticas do Arcigola. Como é o caso do *Cavour* 313.

Vemos, ainda, que o sentido das atividades comerciais sempre esteve permeado por preocupações de explicitar a qualidade dos produtos, a proveniência, o reconhecimento de características especiais, como receitas específicas, técnicas tradicionais ou espécies típicas de localidades. O que era mais complexo do que construir um padrão homogêneo, que facilita a comercialização, mas não resguarda aspectos sociais e ambientais. Além disto, sempre houve a preocupação com o preço. Atualmente, os catálogos gastronômicos do SF são muito conhecidos por toda a Itália.

Uma importante característica do SF, hoje, é a capacidade de diminuir a distância entre o pequeno produtor e renomados profissionais - *designers*, cientistas, engenheiros. Foi nas atividades do Arcigola que esta característica começou a se desenvolver, num contexto que unia as pessoas pelas questões políticas e o convívio cultural. Assim, membros

das classes populares, intelectuais, políticos profissionais, reuniam-se em espaços de convivência, formando esse domínio social. O mais determinante da formação de um domínio social é a convergência de valores e percepções e, no caso do SF, desde o seu início no Arcigola, vemos que é uma associação onde há uma interação entre pessoas de diferentes campos sociais.

#### **1.1.4 Comunicação e intenso convívio intelectual**

A forte expansão do movimento, alcançando uma dimensão global também é resultado de uma preocupação explícita de difundir suas ideias. Esta associação não queria ficar voltada para si mesma, mas fazer contatos e ampliar seu âmbito de discussão e práticas por toda a Itália.

De acordo com Padovani e Petrini (2005), a “Cooperativa Intrapresadi via Caposile” de Milão, em 1982 iniciou a revista *La Gola*, que foi o periódico mensal no qual intelectuais, escritores, poetas e artistas publicavam artigos sobre alimentos e cultura destinados a um público culto. Tratava-se de receitas, história da cozinha, antropologia, etc. Além disto, também realizavam encontros gastronômicos-literários uma vez ao mês. Petrini entrou em contato com a revista e apresentou o Arcigola, e foi inserido como consultor, com ideias e temas polêmicos para artigos.

Em meios intelectualizados, o grupo, por meio de suas práticas e de uma intensa reflexão sobre as questões alimentares, consegue forjar os princípios que hoje orientam alguns projetos do SF, como a Fortaleza e o Terra Madre. Neste cenário, algumas pessoas se destacaram por fornecer elementos essenciais para a construção da “filosofia” do SF, como é o caso do anarco-enólogo Luigi Veronelli. De acordo com Padovani e Petrini (2005), este teórico influenciou Petrini e os sócios, antecipando a filosofia da Fortaleza SF. Veronelli valorizava o campo e as comidas das *osterias* feitas com produtos locais (p. 28). O Terra Madre também é um evento inspirado nesta concepção de reconhecimento de valor do campo.

A mídia e os meios de comunicação em geral foram os canais de atuação do Arcigola. Seus participantes se preocuparam em fazer muitos contatos com outras iniciativas que se propunham a pensar na questão alimentar e criar laços pelos quais pudessem fortalecer suas ações e pensamento. Esta abertura para a comunicação foi um importante motor para o processo de expansão global que o movimento adquiriu. A atual capacidade de disseminação que o SF apresenta é, em grande parte,

fruto dessa dedicação em se comunicar com pessoas de lugares distantes e do esforço de seus integrantes para fazer novos contatos, ampliar horizontes de debates e incorporar novos pensamentos e questões sobre a temática alimentar que estão presentes em contextos sociais distantes de sua região de origem. A proposta que subjaz é a de construir um movimento global partindo do local.

### **1.1.5 Abertura para a interação com outras localidades e trocas de experiências**

Além das questões políticas, o grupo do Arcigola estava preocupado em alcançar um requinte nos critérios de avaliação da qualidade alimentar, sempre consciente de que isto não fosse resultar numa forma elitista burguesa. Pelo contrário, a proposta era obter um refinamento intelectual sobre a produção alimentar, para, depois, transmiti-la aos pequenos produtores e ajudá-los a fazer uma produção de qualidade. Assim, o grupo não dispensava o conhecimento de técnicas já alcançadas e renomadas socialmente, mas tinha o intuito de forjar novas relações de produção alimentar voltadas para os benefícios coletivos, inserindo-as entre os produtores de forma democrática.

Consoante com Padovani e Petrini (2005), para uma melhor formação *gourmet*, o grupo vai a Borgogna na França e visita cantinas e restaurantes franceses em Côte d’Or, “Bordolese”, “Albazia”, Chamagne. Ali, percebe que havia capacidade empreendedora e história milenar, além de uma boa estratégia comunicativa. Sobretudo, havia uma habilidade particular no vender a imagem complexa do território. Esta era construída por uma paisagem, capacidade de acolhimento, cozinha, vinho e hábitos dos *vignerons*, para fazer uma rede entre eles sem fechar-se no individualismo, como as colinas piemonteses e toscanas (p. 32). Petrini explica: “Entendemos as profundas diferenças entre a França e a Itália de então: os produtores franceses eram solidários entre eles e sabiam que o território é um patrimônio coletivo” (p. 34, tradução nossa).

Nessa experiência aprenderam, também, a análise sensorial, a profunda análise gustativa e técnicas de “degustação”. Esta foi uma importante escola para o grupo que voltou com vontade de repassar a toda a associação nacional do Arci suas experiências de degustação, do encontro com produtores, das visitas às cantinas. Para tanto, organizaram um encontro nacional em 1987. No começo, as ideias não foram bem acolhidas pelos produtores italianos, mas logo tiveram adesão, principalmente, por causa das técnicas aprendidas em Borgogna.

A passagem relatada traz elementos muito importantes para a compreensão do que é o movimento hoje. Primeiramente, podemos ressaltar, mais uma vez, a capacidade de iniciativa desse grupo que, ao assumir um compromisso com o conhecimento sobre a produção alimentar, escolhe ir ao local onde sabia que poderia aprender novas técnicas. O grupo do Arcigola, desde seu início, era aberto para aprender com a experiência exitosa de outros lugares, e, assim, o fizeram. Entretanto, ainda que tivessem ido para uma região de “status” que é Borgonha na França, eles tinham muito claro que os conhecimentos adquiridos seriam repassados para o maior número de produtores que se interessasse em aprender. Desse modo, reforçavam seu objetivo de distribuir benefícios para a comunidade, fugindo da lógica do que identificavam como competição individualista.

Outro aspecto importante é que receberam lições que iam além das técnicas de produção. Perceberam que sabiam muito bem como vender a imagem do território. Atualmente, o SF apresenta uma capacidade de vender a imagem do movimento, o que é essencial para sua expansão e conquista de adeptos. O empreendedorismo também foi tomado como referência de atuação, associado à concepção de território, as quais são duas características importantes do SF.

A experiência que o grupo foi despertando em relação a vários aspectos práticos na produção permitiu operacionalizar uma proposta política de produção alimentar que vai além do aspecto puramente gastronômico, e que será incorporada à filosofia do SF: a questão do território e a comunicação. A comunicação é algo em que o grupo já tinha maior experiência em suas práticas militantes, mas o território foi algo “novo” que eles buscaram agregar em seus discursos e práticas.

Em 1986, uma filial do McDonald’s foi aberta em Roma, na Piazza di Spagna. Este fato gerou muita polêmica entre os italianos e foi um motivo para que o grupo do Arcigola pensasse num tipo de oposição à proposta alimentar do Mc Donald’s. Assim, “a lentidão, um estilo de vida para os ritmos humanos contrapostos aos ‘fastlifes’, foi uma ideia vencedora para o homo sapiens e edens dedicados à pesquisa do prazer intelectual e material” (PADOVANI; PETRINI, 2005, p. 93, tradução nossa).

Surgiu, então, o nome “Slow Food”. O objetivo não era somente a comida, queriam também revalidar o “guarda chuva”, a lentidão da vida e de suas coisas (PADOVANI; PETRINI, 2005, p. 93). Em 1989, foi realizado o congresso de fundação do Movimento internacional Slow Food no “Opera Comique di Parigi”.

Esse movimento que nasceu e era apresentado ao mundo como Slow Food, em 1989, com um pensamento organizado – expresso em sua filosofia – e com propostas práticas maduras e consolidadas, é fruto de intensa atividade associativa anterior. No segundo Congresso Internacional, em 1991, a associação passa a chamar Arcigola Slow Food. Em 2002, a associação perdeu o nome de Arcigola e passava a se chamar Slow Food Itália.

### **1.1.6 A globalização do movimento: a expansão dos domínios sociais**

O SF emerge de um contexto social específico, que pode ser caracterizado como um domínio social. Como vimos, os domínios são os espaços da vida social que se organizam ao redor de um núcleo de valores e regras, e cujos envolvidos assumem um compromisso social de orientar-se por este conjunto de valores e regras, ainda que não sejam sempre de forma consciente. Vimos que o Arcigola emerge do Arci Langue, que fazia parte do Arci, que era uma associação nacional recreativa de esquerda. Além disto, foi mostrado que os membros do Arcigola estavam sempre envolvidos com outras iniciativas, fosse antes da formação do Arcigola, durante ou depois. Assim, pudemos ver que haviam formado a “Associação Amigos do Barolo”; em 1971, tinham constituído o círculo cultral comunista, o CircoloCocito; haviam organizado a Radio Bra Onde Rosa; faziam publicações mensais; reuniam-se em festas e eventos culturais como o “Club tenco”; abriram “osterias” e tratorias; abriram cooperativas de livrarias, como a “La Torre”. Além disto, os envolvidos estavam embuídos das ideias político-culturais de 1968; ouviam canções populares politizadas; se inspiravam no filme “A insustentável leveza do ser”, etc.

As atividades enumeradas ocorreram em diversos lugares num período de vinte anos, entre inícios da década de 1970 e fins de 1980. Além disto, envolveram inúmeras atividades realizadas por pessoas, em diversos contextos socioculturais, muitas das quais, provavelmente, não chegaram a se conhecer pessoalmente. Mas todas formaram um domínio social. Os limites desse domínio social são difíceis de demarcar, pois a música, o cinema, as ideias políticas circulam pela sociedade e alcançam pessoas em diferentes contextos, mas que acabam se encontrando nos círculos sociais que agem e pensam de forma semelhante, que podem ser restaurantes, livrarias, festas; ou ouvem a mesma rádio e gostam dos mesmos eventos culturais.

Muitas vezes, as pessoas não têm uma consciência clara de que seguem valores e regras, pois não se filiam a uma associação ou se



declaram militantes de uma causa. Mas, de fato, no dia a dia, em sua maneira de agir, pensar e fazer escolhas, ela se orientam por ideias e valores desses meios. Por exemplo, uma pessoa não iria ao Club Tenco – festival de música autônoma – se não tivesse simpatia pela proposta de se usar a música como expressão de valores e ideias políticas desvinculadas da cultura dominante. Portanto, essa pessoa poderia ser um advogado ou um médico, totalmente inserido nos padrões sociais dominantes, mas que de alguma forma, participa e fortalece esse domínio social “alternativo”.

O domínio social não está formado por pessoas que compartilham sentidos e significados e os colocam em prática da mesma maneira, mas sim por pessoas que se aproximam por alguma questão em comum. No caso do contexto inicial do SF, ao analisarmos a trajetória de surgimento do movimento, observamos que a filosofia do SF se cria pela própria experiência desse grupo de militantes, cuja prática adquire perfil singular por se basear na busca do prazer na própria militância política. Ou seja, foi a partir da maneira como esse grupo se engajou nas práticas da Associação que deu os contornos tanto do estilo de pensamento, que hoje se consolida na filosofia SF, como da sua forma de atuar.

Assim, a associação Arcigola se inseria em diversas dimensões sociais de comunicação social, de gastronomia, de iniciativas econômicas e também na política oficial com concepções orientadas pelos discursos e visões de mundo forjados entre os militantes de esquerda e, principalmente, no ideário político-social de 1968.

Nessas circunstâncias, esses contatos feitos pelo Arcigola com as mais variadas pessoas, com profissões diferentes, posicionadas em vários campos sociais, formavam um domínio social. Todas essas pessoas envolvidas com a questão alimentar, dispostas a encontrar outras formas de produção e consumo, fosse na própria prática, como no caso dos donos de bares e restaurantes, ou somente no plano teórico e informativo, como os escritores da revista La Gola, compunham um amplo “grupo” de pessoas que se identificavam de alguma maneira, capazes de se reunir para se socializar de forma presencial, ou se comunicavam por meio da leitura das revistas. Esses espaços constituíram o domínio social no qual o SF foi criado.

Observa-se, também, que os participantes deste domínio social estavam posicionados em campos sociais distintos, por exemplo, pessoas da classe popular e outras que ocupavam cargos políticos. No interior de um domínio social podem existir pessoas de diferentes campos sociais, ou seja, pessoas com posição na estrutura social, que,

como vimos, está estruturada de forma mais rígida e se baseia numa distribuição, principalmente, de recursos materiais e poder.

Em 2002, depois da virada para SF, o movimento vivenciou uma expansão e aumento de adesão por todo o mundo. Assim, o domínio social constituído pelos adeptos ao SF ganhou proporções internacionais. Entretanto as pessoas que formam esse domínio social, naturalmente, participam de outros domínios sociais e campos sociais.

É importante ressaltar que não é o fato de se associar ao SF que faz da pessoa um membro deste domínio social, mas, ao contrário, a predisposição em se associar ao movimento evidencia que a pessoa já pertence a este domínio social que se opõe, de alguma forma, às tendências dominantes do que é identificado por eles como capitalismo neoliberal. Então, cada pessoa, à sua maneira, incorpora em sua vida formas de “resistir” aos princípios valorativos que dominam no padrão neoliberal. Ao se depararem com o SF, passam a refletir sobre as questões alimentares e, ao aderirem ao movimento, o significam de maneira particular e o colocam em prática de formas variadas. De acordo com Long:

A ideia de domínio é importante também para entender como as fronteiras sociais e simbólicas se definem e se sustentam, ainda que fique em aberto identificar com precisão quais princípios estratégicos ou normativos prevalecerão situacionalmente em longo prazo (2007, p. 444, tradução nossa).

Essa questão sobre quais princípios estratégicos e normativos prevalecerão em longo prazo é fundamental para se analisar o SF atualmente:

Não se deve conceituar os domínios *a priori* como algo dado culturalmente, senão como produzidos e transformados mediante as experiências compartilhadas e as disputas entre atores de índoles e condições variadas. (LONG, 2007, p.125, tradução nossa).

Assim, a expansão do SF implicou a entrada de pessoas que ressignificam as suas propostas e dão sentido à sua ação de formas tão variadas como são diversos os contextos sociais ao qual pertencem. Nos domínios sociais, há, portanto, uma constante reinterpretação das ideias.

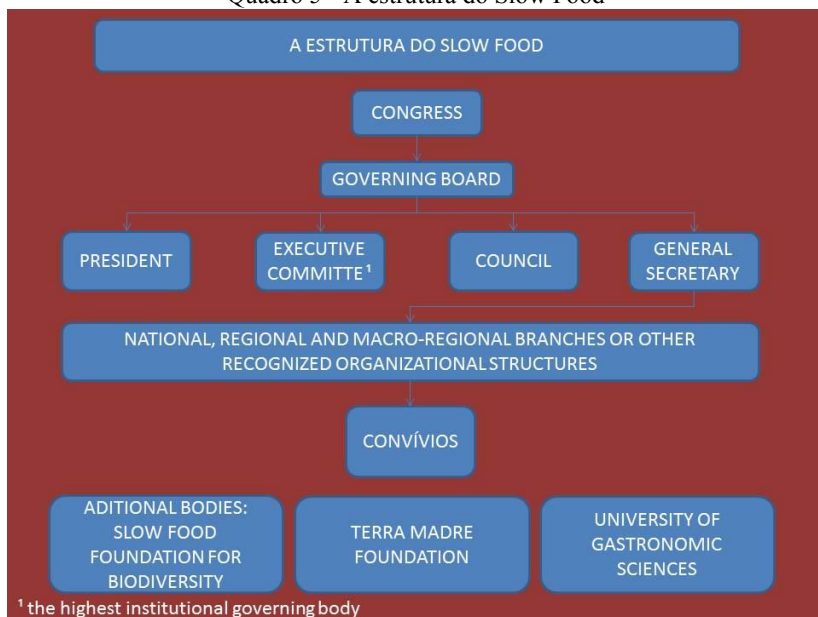
Aqui uso o conceito de ‘domínio’ para identificar áreas da vida social que estão organizadas por referência a um núcleo central ou conjunto de valores que, ainda quando não são percebidos com exatidão da mesma maneira por todos os envolvidos, são, de toda forma, reconhecidos como um lugar de certas normas e valores que implicam um grau de compromisso social. (VILLARREAL apud LONG, 2005, p. 124, tradução nossa).

Sendo assim, os inúmeros adeptos ao SF assumem compromissos com certas ideias, normas e valores do movimento, mas o percebem e os contextualizam de maneiras diversas. Como vimos, os atores que participaram da constituição do Arcigola davam à sua ação significados que as inscreviam no cenário político como forma de oposição às formas sociopolíticas dominantes na época. Ou seja, a constituição do SF se deu a partir de ações extremamente politizadas e conscientes de que as ações culturais, gastronômicas e, inclusive, as empreendedoras, estavam guiadas por meios de perceber o mundo e as relações sociais de forma alternativa às dominantes. Todas essas relações sociais do Arcigola mesclaram ações e reflexões, culminando no que hoje é conhecido como a 'filosofia' Slow Food, a qual é a base de sustentação do movimento no âmbito global e serve de guia de suas ações.

## 1.2 DO ARCIGOLA AO SLOW FOOD: O MANIFESTO SOBRE A PRODUÇÃO E CONSUMO ALIMENTAR COMO GUIA PARA A PRÁTICA EMPREENDEDORA

Os atuais projetos que o SF desenvolve e os documentos oficiais nos quais expressa suas posições em aspectos sociais, políticos e ambientais da temática alimentar, evidenciam que, ainda que o movimento tenha passado por mudanças, ele conserva as características essenciais que foram destacadas na primeira parte deste capítulo, as quais lhe conferem singularidade como ator social. Atualmente, o SF possui 100.000 membros, agrega 1.500 Convívios e 2.000 comunidades do alimento e 10.000 pequenos produtores nos projetos da Fortaleza. O Escritório Internacional planeja e promove o movimento ao redor do mundo, juntamente com a Comissão de Diretores e com o Conselho Internacional (formado por representantes de países com no mínimo 500 membros). O organograma a seguir apresenta a estrutura atual do movimento.

Quadro 5 - A estrutura do Slow Food



Fonte: elaborado pela autora

A seguir, faremos uma análise de alguns importantes projetos do movimento e de alguns documentos oficiais, buscando evidenciar que aquilo que o movimento chama de filosofia do “bom, limpo e justo” está expresso de forma dispersa na maneira como ele se define, se organiza institucionalmente e nas ideias e práticas que defende. A filosofia do “bom limpo e justo” pode ser encontrada em seus documentos oficiais: “A centralidade do alimento” e o “Estatuto Internacional do Slow Food”. E também em livros como “Terra Madre: Forging a New Global Network of Sustainable Food Communities” de Carlo Petrini; “Buono, Pulito e Giusto: Principi di nuova gastronomia”, de Carlo Petrini.

Atualmente, o SF se define da seguinte forma:

Quadro 6 - Definição de Slow Food

“Uma organização popular global, fundada em 1989 para evitar o desaparecimento de tradições e culturas alimentares locais, neutralizar a ascensão de uma vida agitada e combater o interesse cada vez menor das pessoas no alimento que elas comem, de onde ele vem e como nossas escolhas alimentares afetam o mundo ao nosso redor.”

Desde seu início, o Slow Food tem se tornado um movimento global que envolve milhares de pessoas, em mais de 160 países.

**Saiba mais sobre nossa rede de atividades ao redor do mundo:**

- > preservando alimentos em extinção e defendendo as tradições gastronômicas através de nossos projetos de biodiversidade;*
- > Ensinando o prazer da comida e como fazer escolhas boas, limpas e justas através da educação alimentar;*
- > Celebração de tradições gastronômicas da Europa e Ásia, queijo artesanal e peixe e reuniões de nossas redes mundiais em nossos eventos internacionais;*
- > Do bem-estar animal à apropriação de terra, abordando temas que nos interessam;*
- > Conectando jovens dedicados a como alterar o sistema alimentar através da rede jovem Slow Food;*
- > Inúmeras atividades organizadas diariamente por membros do Slow Food em nossos convívios (grupos locais);*
- > Conectando os produtores de alimentos, chefs, acadêmicos e representantes das comunidades locais em todo o mundo na rede Terra Madre;*
- > Criando a próxima geração de profissionais de alimentação e gastronomia na Universidade de Ciências gastronômicas.*

Fonte: Página oficial do movimento Slow Food. Disponível em: <http://www.slowfood.com/international/1/about-us>. Acesso em 20 jan. 2013. (Tradução nossa)

Como vemos acima, o SF se define como uma organização que persegue uma série de objetivos diferentes entre si e com ampla possibilidade de interpretação e adaptação ao contexto local. O mesmo podemos verificar com a sua filosofia, como veremos a seguir:

**Quadro 7 - Filosofia do movimento Slow Food**

**Nossa filosofia**

Slow Food prevê um mundo em que todas as pessoas podem acessar e desfrutar de comida que é boa para eles, boa para quem a cultiva e boa para o planeta.

Somos contra a padronização do gosto e da cultura e o poder desenfreado da agricultura industrial e de multinacionais da indústria de alimentos.

Nossa abordagem baseia-se em um conceito de qualidade dos alimentos que é definido por três princípios interligados: bom, limpo e justo.

> *Bom*: uma dieta sazonal fresca e saborosa que satisfaz os sentidos e faz parte da cultura local.

> *Limpo*: produção e consumo de alimentos que não prejudiquem o meio ambiente, o bem-estar dos animais ou a saúde humana.

> *Justo*: preços acessíveis para os consumidores e condições e remuneração equitativas para os produtores.

*Slow Food acredita que a comida está ligada a muitos outros aspectos da vida, incluindo a cultura, política, agricultura e meio ambiente. Através de nossas escolhas alimentares podemos influenciar coletivamente como o alimento é cultivado, produzido e distribuído e consequentemente trazer grandes mudanças. Consumidores informados e seletivos tornam-se coprodutores por exigirem alimentos bons, limpos e justos.*

Fonte: Página oficial do movimento Slow Food. Disponível em: <<http://www.slowfood.com/international/2/our-philosophy>>. Acesso em 20 jan. 2012. (Tradução nossa)

O movimento resume sua filosofia da maneira citada, entretanto podemos perceber, em todos os seus documentos, *folders* e projetos que existem ideias que, em conjunto, formam essa filosofia. A seguir, analisaremos alguns trechos do documento “A centralidade do alimento” (PETRINI et al., 2012), que revela alguns de seus princípios.

### **1.2.1 A filosofia do “bom, limpo e justo”: O alimento como tema central de suas ações**

A temática alimentar, principal característica do SF, foi forjada pela prática dos associados ao Arci Langue, os quais foram, aos poucos, reconhecendo que o alimento era uma questão importante e foram colocando-o aos poucos como o eixo central de suas práticas, o que acarretou na mudança do nome da associação para Arcigola. Ou seja, ressaltaram a “garganta” como a melhor representação de si.

Atualmente, o SF fortaleceu a ideia do alimento como central às questões humanas/sociais. No Congresso Internacional de 2012-2016, o documento “A centralidade do alimento” do SF, defende que:

A centralidade do alimento que este documento pretende afirmar com determinação implica a convicção de que o alimento é o direito primário da humanidade, para garantir a vida não apenas do gênero humano, mas de todo o planeta (PETRINI et al., 2012, p.4).

Dessa forma, o documento assume que “o alimento deve voltar a ser o elemento central das reflexões que se referem ao homem” (p. 5). Ao afirmar o alimento como central, o Slow Food assume que o alimento é um direito de todo o gênero humano, sem distinguir “categorias de homens”, as quais teriam privilégios de direito ao alimento. Assim, de acordo com o movimento, os consumidores do alimento são todo o gênero humano.

O SF inclui todas as suas reivindicações decorrentes da centralidade do alimento na esfera dos direitos:

Aquilo que é essencial para a sobrevivência faz parte da esfera dos direitos: é por isso que falamos de direito ao alimento e direito à água. [...] Assim, a produção e o consumo alimentar devem garantir os direitos de todos os seres humanos, ou chega-se a um ponto no qual a melhoria de um compromete o direito ao alimento do outro? Uma associação como o Slow Food tem o dever de reconsiderar as perspectivas de tais direitos. Porque o Slow Food defende o direito ao prazer e não existe prazer baseado no sofrimento e na escravidão dos outros. [...] Deve-se ter muita clareza de que “o alimento não é direito somente de quem tem dinheiro para comprá-lo (PETRINI et al., 2012, p. 5 e 6)”.

O movimento reformulou suas ideias e aprofundou seu discurso, buscando evidenciar as inúmeras implicações da questão alimentar na vida social. Nesse documento, o SF expõe seu posicionamento em relação aos desdobramentos desta afirmação, são eles: a sociabilidade e o compartilhamento, o prazer, a fertilidade do solo, a salubridade da água, a salubridade do ar, a defesa da biodiversidade, a paisagem, a saúde, o conhecimento e a memória.

Em relação à água, o movimento busca chamar a atenção para o seu gasto na produção de certos alimentos. Defende que é essencial o questionamento: “quanta água não economizamos ou desperdiçamos, quanta água ‘custou’ o alimento que escolhemos” (PETRINI et al.,

2012, p.9). O mesmo ocorre quanto à questão da salubridade do ar, pois “a produção de alimentos deve ser sustentável e favorecer a qualidade da vida e do meio ambiente, acima de tudo do ar. Isto é possível somente com uma agricultura de pequena escala” (PETRINI et al., 2012, p.9).

Quanto à defesa da biodiversidade, o SF se posiciona da seguinte maneira:

As Nações Unidas declararam a década de 2011 a 2020 a “década da biodiversidade”, e, neste contexto, o Slow Food pretende fazer o seu papel de protagonista. Desde o início, fomos promotores do alimento bom, limpo e justo, o que significa dispor de uma ferramenta inigualável de luta contra a perda da biodiversidade em vários níveis, da biodiversidade selvagem à agrícola [...] defendendo raças animais e variedade vegetais talvez menos produtivas, mas com importantes capacidades, aprimoradas em milênios de evolução, de adaptação a um determinado contexto biológico e pedoclimático (PETRINI et al., 2012, p.10).

De acordo com o SF:

A biodiversidade nos oferece serviços que não podemos reproduzir de outra forma e aos quais não podemos renunciar. Para citar apenas o mais macroscópico, um sistema com uma taxa elevada de biodiversidade pode responder corretamente às mudanças climáticas e ter ele mesmo uma importantíssima função reguladora do clima, mantendo constantes as condições, aliviando o aquecimento global e protegendo enormes áreas do planeta dos riscos da perturbação hidrogeológica. A isto se juntam os valores estéticos (e, portanto, econômico, pois muito de nosso turismo, por exemplo, se deve às nossas paisagens rurais) e espiritual (e, por conseguinte, de defesa da saúde coletiva) da biodiversidade e sua função regeneradora. Não é por acaso que as regiões com alta taxa de biodiversidade são aquelas onde a regeneração dos solos é maior e mais rápida e o impacto dos agentes poluentes



introduzidos artificialmente pela atividade humana é amenizado (PETRINI et al., 2012, p.11).

Sendo assim, “o alimento não pode e não deve se tornar uma ameaça para a biodiversidade” (p.12), pois “estamos atravessando um momento histórico em que a principal ameaça à vida de muitas espécies é a própria produção de alimentos, elemento indispensável à vida” (PETRINI et al., 2012, p.12). O movimento defende fortemente as sementes autóctones, multiplicadas de modo tradicional.

Em relação à saúde, o SF afirma que:

No mundo contemporâneo, dominado pelo mercado, a comida – com valor e direito a ela ligados – tornou-se mercadoria. A comida é vendida, comprada, desperdiçada. O mesmo ocorre com a saúde. No mundo rico, que une os prejuízos de alimentos altamente industrializados a um estilo de vida cada vez mais sedentário, doenças como obesidade, diabetes e distúrbio cardiocirculatórios estão alcançando níveis de alarme epidemiológico (PETRINI et al., 2012, p. 14).

Dessa forma, em sua própria realização prática, o SF foi diversificando o âmbito de suas discussões e se posicionando ante a uma série de questões que ele julga essencial para a produção alimentar. As posições mencionadas são exemplos de algumas delas. Em decorrência, a expansão dos domínios sociais implicou um contato com inúmeras outras questões relacionadas com a temática alimentar, assim como num refinamento intelectual de suas discussões. No entanto o movimento hoje não contradiz suas propostas iniciais, pelo contrário, as reforça.

Essas ideias se concretizam socialmente mediante inúmeros eventos que estão relacionados no quadro 8.

Quadro 8 - Eventos Slow Food

### ***Eventos Internacionais***

Em quase qualquer dia do ano você pode encontrar um evento de Slow Food ocorrendo em algum lugar do mundo – com nossa rede ativa organizando eventos para promover o alimento bom, limpo e justo e celebrar as tradições e produtos locais. Slow Food organiza uma série de

grandes reuniões internacionais que reúnem nossa rede ao redor do mundo para compartilhar conhecimentos e experiências. Estes incluem:

> *AsiO Gusto*: a celebração Bienal das tradições alimentares da Ásia e Oceania.

> *Queijo*: dedicado ao leite em todas as suas formas, realizado a cada dois anos em Bra, Itália.

> *Eurogusto*: uma celebração da comida e cultura europeia realizada a cada dois anos em Tours, França.

> *Terra Madre Indígena*: uma reunião de representantes de comunidades indígenas e produtores de todo o mundo. Realizado pela primeira vez na Suécia em 2011, a próxima reunião será realizada na Índia em 2015.

> *Salone del Gusto e Terra Madre*: a reunião global do Slow Food e rede Terra Madre realizada em anos pares em Turim, Itália.

> *Slow Fish*: um evento bienal dedicado à pesca artesanal e sustentável, realizada em Gênova, Itália.

> *Terra Madre Day*: uma celebração da comida local com eventos locais organizados em comunidades ao redor do globo a cada ano em 10 de dezembro.

Além do encontro mundial de comida das comunidades realizado a cada dois anos, a rede Terra Madre organiza muitas reuniões locais e regionais.

Cada um dos 1.500 convivia Slow Food no mundo organiza uma série de eventos todos os anos.

Fonte: Página oficial do movimento Slow Food. Disponível em: <<http://www.slowfood.com/international/21/our-events>>. Acesso em 20 jan. 2012. (Tradução nossa)

As inúmeras páginas *webs* do SF, em diferentes países, regiões e cidades do mundo, relacionam uma grande variedade de projetos e discursos que exprimem aquilo que o movimento sintetiza como o alimento “bom, limpo e justo”. É próprio do movimento aceitar que, ao entrar em diferentes domínios e campos sociais, sua filosofia passa por reinterpretções constantes. A proposta do movimento de incorporar essas inúmeras interpretações garante a riqueza cultural do movimento.

As Associações Nacionais também definem suas formas de atuação, como veremos no quadro a seguir.

Quadro 9 - Associações Nacionais de Slow Food

De acordo com o Estatuto Internacional, as Associações Nacionais serão formadas se demonstrarem capacidade de incentivar e mobilizar os líderes de Convívio a manter relações entre si; de desenvolver estratégias de atuação nacional (campanhas, eventos, projetos); e dar suporte político e financeiro ao Slow Food. Atualmente, existem as seguintes Associações Nacionais:

<p><b>Slow Food Italy</b> (1986) (marca o início do movimento)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-285 Convívios</li> <li>- 200 Fortalezas</li> <li>- Projetos: Educação do gosto e projetos de biodiversidade.</li> <li>- Campanhas: GMO Free Europe</li> <li>- Possui a Slow Food Promozione; Slow Food Editore: Slow Food Magazine</li> </ul>	<p><b>Slow Food Estados Unidos</b> (início no ano 2000)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 28 mil membros;</li> <li>- 250 Convívios;</li> <li>- Atividades: Eventos comunitários; promovem o consumo de alimentos da estação e local; realizam lobbies para mudar a legislação e campanhas; Slow Food nas escolas; Slow Food na universidade; newsletter e blog.</li> </ul>
<p><b>Slow Food Suíça</b> (Início em 2001)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 mil membros;</li> <li>- 20 Convívios;</li> <li>-Eventos regionais;</li> <li>- Arca do Gosto e Fortalezas;</li> <li>- Promovem a formação de um inventário sobre a herança culinária da Suíça;</li> <li>- Revista Slow Food.</li> </ul>	<p><b>Slow Food Inglaterra</b> (Início em 2005)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 55 Convívios;</li> <li>- Promovem produtos locais, a herança da culinária britânica; a biodiversidade na agricultura.</li> <li>- Projetos de educação; Slow Food baby; young families; The Taste Adventure for children;</li> <li>- Slow Food no campus;</li> <li>- Mais de 26 produtos na Arca do Gosto;</li> <li>- Notícias mensais.</li> </ul>
<p><b>Slow Food Alemanha</b> (Início em 2003)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 73 Convívios</li> <li>-11 mil membros;</li> </ul>	<p><b>Slow Food Holanda</b> (Início em 2008)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 mil membros</li> <li>- 19 Convívios;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 Fortalezas</li> <li>- Mercado;</li> <li>- 30 produtos na Arca do Gosto;</li> <li>- Guia de restaurantes e produtores;</li> <li>- Revista Slow Food;</li> <li>- Newsletter mensal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eventos; programas educacionais;</li> <li>- Revista Slow Food;</li> <li>- Newsletter.</li> </ul>
<p><b>Slow Food Japan</b> (Início em 2004)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 48 Convívios</li> <li>- Projeto Arca do Gosto;</li> <li>- Protegem a culinária nacional</li> <li>- Yokohama Fair event.</li> </ul>	

Fonte: Página oficial do movimento Slow Food. Disponível em <<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/quem-somos>>. Acesso em 20 jan. 2012.

### 1.2.2 Um ponto fundamental: o direito ao prazer

O prazer é outra característica marcante do SF e foi forjado no âmbito do Arcigola. Como vimos, a defesa do prazer durante as refeições em que os militantes discutiam sobre a sociedade, política, a cultura, etc. de seu tempo, foi um marco distintivo entre o Arci Langue e a associação nacional Arci. O prazer é incorporado nas práticas de seus participantes, os quais não veem sentido em qualquer prática política se não for por ações que possam desfrutar.

Hoje, o SF tem como “bandeira” a busca do prazer em suas ações politizadas alimentares, e esta característica está oficialmente consolidada no “Manifesto do Slow Food”. O direito ao prazer é elemento central em seu discurso. Argumentam que após o surgimento das máquinas no período da Industrialização, o estilo de vida se reformulou e a velocidade passou a ser imperativo necessário em nossas ações, invadindo nossas casas e obrigando-nos a “comer rápido”.

O meio que o SF propõe para lutar contra essa “loucura” da vida rápida é o tranquilo prazer material. Em suas palavras, “proponiamo il vaccino di un’adeguata porzione di piaceri sensuali assicurati, da praticarsi in lento e prolungato godimento.” (SLOW FOOD ITÁLIA, 1987), que traduzindo, significa “uma adequada porção de um prazer

gastronômico e sensual, a ser usufruído lenta e prolongadamente com muito gozo”.

Contra o tédio do *fast-food*, o movimento propõe começar pela cozinha, redescobrimdo as variedades e sabores locais. O movimento, que defende o “comer bem”, entendendo, por isto, a alimentação com requinte de sabor a qual se deve, principalmente, às espécies de alimentos e às receitas tradicionais. Os alimentos assim produzidos garantem o prazer na alimentação, o que é central em sua filosofia, pois o “Slow Food imagina um mundo onde todas as pessoas possam *desfrutar* de um alimento que é bom para eles, bom para aqueles que o produzem e bom para o planeta” (SLOW FOOD ITÁLIA, 2010, grifo nosso).

O SF propõe cultivar sabores e não empobrecê-los e, com isto, uma melhor qualidade de vida saudável:

O direito ao prazer, a importância de recuperar ritmos de vida saudáveis e o valor da biodiversidade cultural são os temas que representaram a base da formação de, no mínimo, duas gerações de dirigentes (PETRINI et al., 2012, p.16).

De acordo com o movimento:

[...] a simplicidade encontrará o verdadeiro prazer, a agricultura iluminada será responsável pela bondade e beleza, o sabor andar de braços dados com o saber, a economia local cuidará do planeta e do futuro dos jovens. Sem o direito ao alimento bom, limpo e justo para todos, estas instâncias não poderão ser realizadas e toda a humanidade sofrerá, como nossa mãe Terra (PETRINI et al., 2012, p.16).

O movimento apresenta algumas ideias do que entende como o “verdadeiro prazer”, fazendo referências à economia local e à simplicidade. Mas o prazer ainda se mantém como característica importante no discurso do movimento.

### 1.2.3 A flexibilidade organizativa como forma de aproveitar institucionalmente as boas ideias que surgem pela convivialidade

A construção de significados, forjada pelos militantes do Arcigola e expressa em sua filosofia, confere ao SF suas características distintivas de organização da sociedade civil, que são: sua abertura para incorporar inúmeras interpretações de sua filosofia e sua estrutura institucional flexível.

Atualmente, uma característica marcante do SF é o que eles chamam de “austeridade anárquica”. De acordo com Petrini (informação verbal)<sup>20</sup>, o movimento se guia por uma “austeridade anárquica”, ou seja, aberto a inúmeras formas de realizar as práticas alimentares propostas pelo SF. Segundo o movimento, não há uma regra única para se entender e realizar a sua filosofia. Hoje, o próprio movimento afirma: “A flexibilidade, a capacidade de adaptação deste segundo nível foram, ao longo do tempo, a verdadeira força evolutiva do *Slow Food* [...]” (PETRINI et al, 2012, p. 16). Os Convívios são geridos pela Associação Internacional *Slow Food*. No quadro 10 vemos as funções e o significado do Convívio no SF.

Quadro 10 - Os Convívios no *Slow Food*

#### **Significado de Convívio**

*Convivium é uma palavra Latina, que significa um festim, entretenimento, um banquete'. O Slow Food usa este nome para nomear seus próprios grupos locais. Nossos Convívios são a expressão local da filosofia Slow Food. Eles articulam relações com os produtores, fazem campanhas para proteger alimentos tradicionais, organizam degustações e palestras, encorajam os chefs a usar alimentos regionais, indicam produtores para participar em eventos internacionais e lutam para levar a educação do gosto às escolas. E, o mais importante: cultivam o gosto ao prazer e à qualidade de vida no dia a dia. [...] Em nível local, os Convívios identificam produtos através da Arca do Gosto, apoiam produtores das Fortalezas e comunidades do alimento da rede Terra Madre e aproximam produtores e consumidores através dos Mercados da Terra e grupos de compra.*

Fonte: <http://www.slowfoodbrasil.com/convivium>

<sup>20</sup> Palestra proferida na abertura do "Terra Madre Salon del Gusto 2012" em Turim, na Itália.

O Convívium (ou nome alternativo usado em países individuais) é a estrutura organizacional básica da associação, dentro do qual os membros realizam as atividades da associação. Cada convívium tem o direito a uma percentagem da taxa anual de associação paga pelos seus membros, para todo tipo de associação e em todos os países em que a associação está ativa, sob os termos e condições estabelecidas no Regulamento da associação Slow Food. (...)

Art. 23: O Convívium tem as seguintes funções, dentro dos limites de associação locais e nacionais:

- a) promover a filosofia da associação e encontrar novos membros de apoio;
- b) desenvolver a rede Terra Madre e as comunidades do alimento dentro de sua área local;
- c) desenvolver a presença organizada da Associação;
- d) desenvolver e promover projetos de educação alimentar;
- e) desenvolver e promover projetos para proteger as comunidades locais e produtores de alimentos;
- f) estabelecer relações e colaborações com órgãos públicos, grupos de proteção e associações de produtores para ajudar a desenvolver e aumentar a conscientização sobre a produção de alimentos;
- g) colaborar com outras associações ou entidades para a proteção do ambiente e respeito à natureza, uma condição necessária para a salvaguarda do nosso patrimônio gastronômico e a defesa e promoção das diversas formas de cultura popular e história local;
- h) manter relacionamentos com outros Convívios;
- i) desenvolver atividades de captação de recursos para oferecer suporte a seus próprios projetos e projetos da associação em um nível regional, transregional, nacional e internacional;
- j) constituir, sempre que possível, um Comitê de Consultoria composto por especialistas com a tarefa de fornecer opiniões e sugestões sobre as iniciativas a serem realizadas.

Fonte: Estatuto Internacional do Slow Food. (Tradução nossa)

Fonte: SLOW FOOD ITALIA, 2010.

O convívio é outra característica do movimento, que tem suas raízes na própria maneira como ele surgiu, ou seja, entre militantes de esquerda que se filiaram a uma associação recreativa cultural nacional e que, neste espaço de convivência, foram desenvolvendo ideias e colocando-as em prática. Ou seja, foi a partir do convívio entre eles que

se criaram as sementes para o que hoje é o SF. A convivência teve um importante papel no desenvolvimento de pensamentos, valores que deram sentido às práticas de produção e consumo alimentar que hoje configuram o SF.

O convívio, tão valorizado na década de 1980, atualmente se tornou um dos eixos de sua estrutura organizativa. O Convívio é a estrutura organizacional básica pela qual os membros praticam as atividades da Associação. Ele tem direito a uma porcentagem das taxas de adesão cobradas pela Associação e é formado com um mínimo de 20 membros.

O movimento dá grande ênfase no compartilhamento e na sociabilidade como “sementes” de ações políticas. Desta forma, o convívio ganha papel central na realização do movimento, pois nestes momentos de encontro é que as pessoas retiram o incentivo à prática engajada. Em suas palavras:

A estrutura organizacional de base do movimento Slow Food se chama *convivium*, cujo significado evoca o banquete, a reunião em torno da mesa, não somente para comer juntos, mas sobretudo para favorecer o diálogo, a troca de ideias, o prazer do convívio. [...] A máxima expressão de convívio se manifesta numa relação responsável de consumidores com produtores (PETRINI et al, 2012, p. 16).

O SF considera que aos poucos, ao “redor da mesa”, as pessoas vão tomando consciência das inúmeras implicações da defesa do alimento saboroso e prazeroso que se consome em conjunto e com desfrute. Assim:

[...] a centralidade do alimento é um ponto de partida extraordinário para uma nova política, uma nova economia, uma nova sociabilidade. Esta certeza foi amadurecendo ao longo do tempo, não apenas dentro do *Slow Food*, mas no mundo inteiro, com milhões de pessoas cada vez mais conscientizadas (PETRINI et al., 2012, p.4).

Além disto, o Convívio facilita o contato e a interação entre pessoas de diferentes domínios e campos sociais.



### 1.2.4 O empreendedorismo como parte da “alma” do Slow Food

O empreendedorismo também esteve presente nas atividades do Arcigola, como foi mostrado. Foram inúmeras as iniciativas de cooperativas, restaurantes, “trattorias”, etc., desenvolvidas pelas pessoas que transitavam por este domínio social. O empreendedorismo, entretanto, assumiu um sentido coletivo, favorável ao convívio e às discussões políticas, além de servir como meio de subsistência das famílias locais. Vemos, portanto, que o nível local sempre foi o campo de atuação do Arcigola e isto se mantém como uma das características do SF.

De acordo com o movimento, “é em escala local que se inicia a mudança, na prática” (PETRINI et al., 2012, p. 20). A maneira de alcançar grandes mudanças começa em nossas próprias vidas, em nossos comportamentos, com a nossa relação com o território e com as pessoas ali presentes. É imprescindível o apoio da produção em pequena escala, pois é no território que se consegue salvar animais e variedades vegetais autóctones, ou seja, a biodiversidade. Este tipo de produção não explora excessivamente os recursos da terra e permite a transmissão de saberes tradicionais, de pai para filho ou entre agricultores. Para o SF, é no local onde se forma a identidade. Estas economias de pequena escala também podem realizar trocas com lugares distantes, como na rede Terra Madre. Assim, o movimento defende a economia local e de produção/distribuição de pequena escala, não para ficarem fechadas, mas, sim, para que sejam suficientemente fortes para poderem se abrir a outras realidades (PETRINI et al., 2012, p.20).

O SF defende, também, que a economia local e de pequena escala são fundamentais para o exercício das formas mais diretas de democracia participativa, por permitir o pleno direito de uma comunidade de atuar por si mesma e garantir sua existência. Com esse discurso, o SF ressalta que não se advoga uma volta ao passado, mas uma busca de grande modernidade, mediante sistemas mais justos e sustentáveis de distribuição de riqueza e de bem-estar em todos os níveis, do pessoal ao global (PETRINI et al., 2012, p.21).

A *Arca do Gosto* é outra atividade do movimento que se dedica a formar um “catálogo mundial” dos sabores esquecidos e em risco de extinção.

Na segunda metade da década de 90, a consciência de que o mundo da gastronomia deveria mobilizar-se para defender o grande patrimônio agroalimentar ameaçado pelas

produções em massa, tornou-se, para o Slow Food, fonte de inspiração da Arca do Gosto e das Fortalezas (PETRINI et al., 2012, p. 3).

São produtos gastronômicos especiais ameaçados de extinção, mas que guardam bom potencial produtivo e que apresentam potencialidade de bom retorno aos investimentos. A *Arca do Gosto* possui uma comissão científica que seleciona os produtos sob os seguintes critérios: ligação com a área geográfica local, produção artesanal e com ênfase na sustentabilidade e o risco de extinção. Todos os produtos da *Arca* passam pela degustação dos especialistas. Os Estados Unidos, a Alemanha, a Suíça, a Holanda e a França já possuem suas comissões nacionais. Em 2002, houve um encontro dos representantes destas comissões em Turim (Itália) e uma Comissão Internacional foi formada.

Além de favorecer a comercialização, esse projeto mobiliza especialistas em gastronomia, biologia, antropologia, geógrafos, políticos, etc., incluindo, portanto, diversos domínios e campos sociais, favorecendo ainda a troca de experiências, informações e o fortalecimento da questão alimentar com amplo alcance na sociedade. A seguir, está a definição do SF sobre a Arca do Gosto.

#### Quadro 11 - A Arca do Gosto

*A Arca do Gosto é um catálogo mundial que identifica, localiza, descreve e divulga sabores quase esquecidos de produtos ameaçados de extinção, mas ainda vivos, com potenciais produtivos e comerciais reais. O objetivo é documentar produtos gastronômicos especiais, que estão em risco de desaparecer. Desde o início da iniciativa em 1996, mais de 1000 produtos de dezenas de países foram integrados à Arca. Este catálogo constitui um recurso para todos os interessados em recuperar raças autóctones e aprender a verdadeira riqueza de alimentos que a terra oferece. Produtos brasileiros na Arca do Gosto: Arroz nativo do pantanal, arroz vermelho, babaçu, berbigão, bergamota montenegrina, cagaíta, cambuci, castanha do baru, farinha de batata doce krahô, feijão canapu, guaraná nativo saterê-mawé, jaracatiá, jatobá, licuri, mangaba, maracujá de caatinga, marmelada de Santa Luzia, néctar de abelhas nativas, ostra de Cananeia, palmito juçara, pequi, pinhão, piracuí, pirarucu, umbu.*

Fonte: Página oficial do Slow Food. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto>>. Acesso em 20 jan. 2012.

## **1.2.5 A comunicação e educação: importantes estratégias no Slow Food atualmente**

A divulgação dos conhecimentos adquiridos é outra característica do SF que já estava presente na maneira inicial do Arcigola. Podemos verificar o senso de coletividade de que estavam embuídos no grupo que foi a Borgonha, na França, para conhecer as técnicas que usavam, quando, ao voltarem, organizaram um encontro com os produtores locais para repassar todo conhecimento aprendido nesta experiência. Observamos, neste ato, que o sentido do bem comum orientava suas ações, pois não usaram seus conhecimentos para benefícios próprios, colocando-se como concorrentes dos demais produtores que não tinham tido a iniciativa de ir buscar em outras localidades mecanismos de aprimorar suas produções.

Nesse movimento, o SF enfatiza a importância do conhecimento e de sua socialização com o maior número de pessoas possível. Segundo o SF, o resgate, a conservação e a socialização do conhecimento adquirido com a experiência são essenciais para garantir a soberania alimentar. Em suas palavras, “Assim como as comunidades reivindicam a soberania alimentar, com a mesma convicção deve ser reconhecida a soberania sobre os conhecimentos que se desenvolveram ao longo do tempo a serviço do bem comum” (PETRINI et al., 2012, p.15). Essa é, assim, uma das condições para o exercício da democracia, pois:

“Não pode existir democracia participativa sem o reconhecimento e a divulgação dos conhecimentos alimentares das comunidades, para o bem-estar das futuras gerações e do mundo natural. O direito aos alimentos sem a socialização de saberes é mera utopia” (PETRINI et al., 2012, p.16).

Como vimos, a educação também era um eixo de atuação do Arcigola. Seus membros realizavam excursões com alunos, procurando articular, em suas explicações, tanto as formas de sustento econômico dos produtores, como as origens naturais do que consumiam e a distinção de sabores. Esta prática deu lugar a vários projetos educativos atuais do SF, como o projeto “Horta no Convívio”, que é realizado na Itália, no qual a escola, em colaboração com o Convívio do SF, pode iniciar uma horta e usar a experiência como um procedimento didático, como uma “aula aberta”. As hortas devem ser feitas respeitando as

estações do ano, a variedade de espécies e transmitindo o saber tradicional. Para tanto, os professores e os dirigentes da escola precisam fazer um curso para ter uma formação, tendo como ponto central o prazer, os aspectos culturais, sociais e ambientais da produção e do consumo alimentar. A horta também favorece o aprendizado sobre o trajeto da “terra à mesa”, ou seja, tanto professores como alunos têm o contato direto com todo o processo alimentar.

Esse projeto se difundiu por todo o mundo, nos Estados Unidos, por exemplo, foi implantado o projeto “School Garden” e se encontram projetos semelhantes no Oriente Médio, na Oceania, na África e na América. Em cada local, o projeto ganha novos contornos adaptados à sua realidade.

A Educação do Gosto também é um projeto importante do SF. O movimento defende que, por meio dela, adultos e crianças aprendem como combinar prazer e responsabilidade, conscientizando-se dos aspectos culturais e sociais da alimentação, os quais podem também influenciar nas suas escolhas diárias. O SF assegura que “nossos projetos se diferenciam da maioria dos projetos de educação alimentar porque se baseiam na ideia de que o alimento significa prazer, cultura e convivialidade” (SLOW FOOD, 2014, tradução nossa).

O “Master of food” é outro curso educacional oferecido pelo SF, que visa oferecer conhecimento sobre os produtos que compramos diariamente. O curso disponibiliza conhecimentos sobre a história do alimento, o sabor, estimulando a curiosidade e o senso crítico. São cursos sobre cerveja, queijo, salame, azeite, vinho, etc. A seguir, trazemos uma foto tirada durante o Terra Madre e Salón del Gusto em outubro de 2012.

Foto 4 - Oficina realizada durante o Terra Madre 2012



Fonte: acervo da autora

### **1.2.6 Terra Madre: a diversidade de significados do SF em contextos locais**

O Terra Madre é o encontro mundial das comunidades de alimentos que se realiza a cada dois anos, no qual se discutem temas que vão desde os problemas encontrados no cotidiano até as questões relativas à biodinâmica e à engenharia genética. Este encontro permite que, por exemplo, apicultores da Turquia troquem experiências com colegas de profissão da Zâmbia e do México. Propicia, também, que produtores da Bulgária e produtores canadenses possam trocar informações; e que cultivadores de café da Etiópia, Honduras e Laos discutam seu trabalho e possíveis soluções para seus problemas.

O Terra Madre é o momento inicial da formação de novas redes entre produtores de alimentos, as quais serão mantidas por outras atividades do SF. A partir desse encontro, são criadas outras formas de manter contato, como: páginas eletrônicas para troca de ideias, vendas e promoção de produtos; organizam-se encontros menores; ou desenvolvem-se projetos mais localizados, etc.

Com finalidades práticas de arrecadação de recursos, criam-se, também, suas fundações, como a Fundação Slow Food para a Biodiversidade e para a Fundação Terra Madre. A primeira surgiu com o objetivo principal de fundar as Fortalezas e outros projetos internacionais que visam encurtar a cadeia de distribuição, como foco em particular nos países em desenvolvimento. A segunda (Fundação Terra Madre) foi criada para desenvolver a rede global de “comunidades do alimento” e promover a integração da ciência com o conhecimento tradicional.

Em cada uma dessas formas jurídicas, o SF adquire as competências político administrativas socialmente legitimadas, inclusive a autonomia de cada uma em relação às outras. Por exemplo, a Fundação para a Biodiversidade tem autonomia de decisão e gestão de seus recursos. No SF, a separação entre elas é operacional, pois todas convergem para a realização do movimento em seu todo.

O Terra Madre é um importante momento de encontro e trocas, especialmente, entre agricultores, comerciantes, mas agrega uma gama de profissionais como jornalistas, publicitários, gestores, pesquisadores de diferentes áreas, políticos. Todos esses profissionais estão envolvidos com a questão alimentar e se posicionam em domínios e campos sociais diversos, que fazem parte da estratégia do SF em criar situações de fortalecimento das transações entre diferentes atores sociais a favor da questão alimentar. A seguir (quadro 12) está a definição do SF sobre as Comunidades do Alimento e, em seguida (quadro 13), a definição da rede Terra Madre.

Quadro 12 - Comunidades do Alimento

### **Comunidades do Alimento**

*Grupos de pequenos produtores e outros unidos pela produção de um determinado alimento e ligados a uma área geográfica. [...] A rede reúne produtores de alimentos, pescadores, criadores, chefs, professores universitários, jovens, ONGs e representantes das comunidades locais que estão trabalhando para estabelecer um sistema de alimento bom, limpo e justo desde o nível mais básico.*

*As comunidades do alimento são grupos de pessoas que produzem, transformam e distribuem alimentos de qualidade de maneira sustentável e estão fortemente vinculadas a um território desde o ponto de vista histórico, social e cultural. As comunidades padecem dos problemas gerados por uma agricultura intensiva danosa aos recursos naturais e por uma indústria alimentícia em massa que busca a*

*homogeneização dos gostos e põe em perigo a existência das pequenas produções. (Tradução nossa)*

Fontes: Página oficial da Fundação Terra Madre Disponível em: <<http://www.terramadre.org/pagine/rete/>>; e a página oficial do movimento Slow Food. Disponível em: <<http://www.slowfood.com/international/155/terramadre-network>>. Acesso em 20 jan. 2012.

#### Quadro 13 – Terra Madre

Terra Madre é uma rede internacional de comunidades alimentares - grupos de pequenos produtores e outros unidos pela produção de um determinado alimento e ligados a uma área geográfica.

A rede reúne produtores de alimentos, pescadores, criadores, chefs, professores universitários, jovens, ONGs e representantes das comunidades locais que estão trabalhando para estabelecer um sistema de um alimento bom, limpo e justo desde o nível mais básico.

A rede Terra Madre foi lançada pelo Slow Food em 2004 para dar uma voz e visibilidade para aqueles ao redor do mundo, cuja abordagem para produção de alimentos protege o meio ambiente e as comunidades.

O primeiro encontro mundial das comunidades alimentares Terra Madre, realizada na Itália, reuniu 5000 produtores de 130 países. Desde 2004, a rede se reúne de dois em dois anos na reunião global, enquanto as reuniões nacionais e regionais são organizadas regularmente ao redor do mundo.

Reuniões de Terra Madre nacionais e regionais foram organizadas em muitos países, incluindo Brasil, Suécia, Irlanda, Holanda, Balcãs, Tanzânia, Canadá, Japão, Coreia do Sul e Armênia.

Fonte: Página oficial do movimento Slow Food. Disponível em: <<http://www.slowfood.com/international/155/terramadre-network>>. Acesso em 20 jan. 2012.

Na pesquisa de campo no Terra Madre 2012, pudemos observar diferentes significados dados ao SF em contextos locais. Assim, as Comunidades do Alimento definidas acima ganham contornos específicos em cada contexto social, que explicitam suas características socioculturais. Na foto 5, vemos o caso do cuscus da Argélia e podemos observar que existem vários outros produtos expostos para a venda (potes decorativos, pratos, bolsas, etc.). Formalmente, estes produtos não fazem parte do evento “Terra Madre e Salón del Gusto”, porque eles não são fruto do projeto Fortaleza. Observamos, portanto, que esses participantes dão ao SF um significado comercial de ampliar mercado.

Na foto 6, a Fortaleza Southeastern African-American Organic Farmers Network, como o próprio nome indica, pertencem a esta comunidade somente pessoas de origem africana e cor negra. Quando questionados pela pesquisadora se somente participavam desta comunidade pessoas negras, eles confirmaram dizendo que é uma restrição que estabeleceram. Assim, podemos verificar que a Comunidade do Alimento foi “traduzida” neste caso americano incorporando a segmentação social baseada em cor da pele muito presente na cultura do país. Nas fotos 7 e 8 de comunidades italianas, vemos expressões da tradição italiana que são exaltadas no SF, como a produção familiar, de produtos típicos da Itália, com ênfase nas raízes culturais locais.

Foto 5 - Fortaleza de cuscus – Algéria



Fonte: Acervo da autora



Foto 6 - Southeastern African-American Organic Farmers Network



Fonte: Acervo da autora

Foto 7 - Fortaleza “Pomodoro regina di Torre Canne” - Terra Madre 2012



Fonte: Acervo da autora

Foto 8 - Fortaleza “Aqqua di Fiori di arancio amaro” - Terra Madre 2012



Fonte: Acervo da autora

### 1.2.7 Fortalezas: promovem trocas de experiências entre domínios e campos sociais

As Fortalezas são de responsabilidade da Fundação Slow Food para a Biodiversidade e, segundo o SF, elas são:

#### Quadro 14 - As Fortalezas

As Fortalezas são projetos do Slow Food iniciados em 1999, para ajudar os pequenos produtores a resolver suas dificuldades, reunindo produtores isolados e conectando-os com mercados alternativos, mais sensíveis à sua situação e que valorizam os seus produtos. Para que um produto passe do catálogo da Arca do Gosto à Fortaleza, é preciso fazer contato direto com produtores que compartilham os valores e a filosofia do Slow Food e tenham motivação para desenvolver o projeto. Às vezes, mudanças estruturais são necessárias: construção de uma unidade de processamento, renovação da estrutura, etc. [...] As Fortalezas são projetos concretos de desenvolvimento da qualidade dos produtos nos territórios, envolvendo diretamente os pequenos produtores, técnicos e

entidades locais. São pequenos projetos dedicados a auxiliar grupos de produtores artesanais e preservar os produtos locais. As estratégias das Fortalezas variam conforme os projetos e os produtos, e vão desde aproximar produtores, coordenar a promoção e estabelecer guias de autenticidade, a um investimento direto em equipamento para os produtores.

Fonte: Site oficial do movimento Slow Food. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/fortalezas>>. Acesso em 20 jan. 2012.

O Slow Food não criou um logotipo de certificação baseado nos critérios “bons, limpos e justos”. O uso do logotipo deve seguir as normas do Estatuto Internacional como está especificado no quadro a seguir.

#### Quadro 15 - Logotipo Slow Food

##### *Logo - Artigo 37*

*O nome e o logotipo da Associação só podem ser utilizados de acordo com os procedimentos estabelecidos no presente Estatuto e no Código de Uso de Logos Slow Food. O Código de Uso de Logos Slow Food é uma parte integrante do presente Estatuto e os membros do Slow Food, Convivia e Associações Nacionais devem observá-lo na íntegra.*

*Quaisquer modificações ao Código de Uso de Logos Slow Food devem ser decididas pelo Conselho (ou o Comitê Executivo, sujeitas à ratificação pelo Conselho na primeira reunião consecutiva) e entrarão em vigor imediatamente, sem necessidade de aprovação do Congresso.*

Estas regras serão também aplicadas – exceto onde expressamente especificado de outro modo pelo código – ao conjunto todo de marcas registradas complementares, ou seja, marcas registradas baseadas na logomarca Slow Food que identifiquem projetos específicos do movimento Slow Food, como por exemplo:

- Arca do Gosto (com a Arca e a toalha de mesa)
- Fortalezas Slow Food (com o caracol e bandeiras)
- Prêmio Slow Food (com o caracol e as folhas de louro)

O Slow Food Internacional tem o direito de permitir o uso da marca registrada Slow Food (e as marcas derivadas) tanto para os variados representantes da associação bem como a terceiros que tenham uma relação comercial com a associação.

Fonte: Estatuto Internacional (tradução nossa). Disponível em: <[http://www.slowfoodbrasil.com/images/regras\\_logomarca.pdf](http://www.slowfoodbrasil.com/images/regras_logomarca.pdf)>. Acesso em jan. 2011.

O empreendedorismo é uma característica importante do projeto Fortaleza, pois visa salvaguardar espécies biológicas – necessárias para produção de alimentos/receitas – via sua comercialização. A finalidade comercial é o ponto fundamental neste projeto. O apoio ao desenvolvimento local e à conservação de espécies biológicas em extinção é dado por meio do fortalecimento da produção e da comercialização.

No projeto Fortaleza, é fundamental o contato de pessoas de posições variadas na estrutura social. Assim, seus membros são biólogos, antropólogos, jornalistas, engenheiros, agricultores, nutricionistas, pequeno produtor, etc. Na condição de membros do SF, essas pessoas interagem, trocam ideias e lutam pela causa do movimento. Essa interação entre diferentes profissionais é importante, pois essas pessoas vão, em conjunto, cada qual com sua especialidade profissional, contribuir para dar andamento ao projeto.

Um aspecto que é fundamental das Fortalezas é que o SF não se torne um produtor, assim, não existem “produtos do SF” e, tampouco, um público consumidor dos produtos “do Slow Food”. O Slow Food dá suporte aos produtores, então, os produtos são dos produtores; estes são os donos e os responsáveis pelo que produzem. O SF usa sua rede de contatos para dar suporte aos produtores no processo de produção e, especialmente, na comercialização. Essa é a forma de atuação principal do SF, os aspectos estruturais de gestão de produção, os recursos materiais e financeiros podem aparecer, mas isso não é garantido. Então, é pela conscientização e mobilização das pessoas a participar dos projetos em que o SF atua. A seguir (foto 9), expomos a foto do stand da Fortaleza do Barú, ao lado do stand da Fortaleza do Licuri. À direita, de lenço vermelho, está uma voluntária italiana que faz as traduções necessárias no processo de vendas.

Foto 9 - Fortaleza do Barú - Terra Madre 2012



Fonte: Acervo da autora

### **1.2.8 Parcerias com o setor público e privado: contradições e a formação de redes**

A Universidade de Ciências Gastronômicas (UNISG) é uma instituição privada, e o objetivo de sua criação foi formar um centro de estudos e pesquisas sobre formas renovadas de produção agrícola que protejam a biodiversidade cultural e vinculem as ciências gastronômica e agrícola.

Essa universidade forma gastrônomos, mas considera estes profissionais de forma singular, pois os define como profissionais que compreendem a conexão entre a produção e o consumo de alimentos, uma vez que o SF visa ultrapassar “os limites de um conceito gastronômico antigo e inadequado” e propõe “uma visão holística da gastronomia” (PETRINI et al, 2012, p. 4).

Segundo o SF, os gastrônomos devem estar habilitados para a produção, promoção, distribuição e comunicação de alimentos de alta qualidade.

O gastrônomo é capaz de operar na produção, distribuição, promoção e comunicação da produção agro-alimentária de qualidade: a Universidade forma de fato os futuros expertos em comunicação, produtores e editores multimídias no campo enogastronômico, especialistas em marketing de produtos de excelência, gerentes de consórcios para a tutela ou de empresas dos setores agroalimentar ou turístico.<sup>21</sup>

Os estudantes adquirem um aprendizado dinâmico sobre a produção alimentar artesanal e industrial. Recebem formação humanística e científica, treinamento sensorial e aprendizagem direta por meio de visitas de campos nos cinco continentes.

A Associação de Amigos da Universidade de Ciências Gastronômicas cuida da parte organizativa e financeira da instituição. Esta associação é governada pela Comissão de Diretores (da qual participam os fundadores da UNISG) e pela Assembleia de Membros, cujos membros são representantes de entidades públicas e privadas (Membros Contribuintes) e pelos fundadores (Slow Food, Região de Piemonte e Região da Emilia-Romana). O suporte das iniciativas privadas e individuais é fundamental para o sucesso da UNISG.

Os Membros Contribuintes somam, aproximadamente, 150 entidades, prioritariamente, italianas, mas também de outros países, como o Reino Unido, Suíça, Alemanha. Entre elas, podem-se mencionar: Terre da Vino (Barolo/Cn); Tasca d'Almerita (Palermo); Sonitus (Govone); Santa Clelia (Mazzé/To); RICREA – Consorzio Riciclaggio e Recupero Imballaggi Acciaio (Milano); Res Nova Spa Facility Manangment (Rivoli/To); Pio Cesare (Alba/ Cn); Marchesi di Barolo (Barolo/Cn); Harry's Bar (Londres/ Reino Unido); Gurpo Italiano Vini (Calmasino/Vr); EnotriaWinecellars (Londres/ Reino Unido); KulmbacherBrauerei (Kulmbach/Alemanha); Eataly; Coop (Suíça).

A Universidade de Estudos de Ciências Gastronômica (UNISG) revela dois aspectos fundamentais para se compreender o SF atualmente. Primeiro, é um movimento que apresenta um discurso que, na prática, expõe inúmeras incoerências. Segundo, o SF se insere na

---

<sup>21</sup> UNISG – Universidade de Ciências Gastronômicas. Disponível em <<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/unisg>>. Acesso em 20 jan. 2014.

sociedade articulando parcerias com o setor público e privado, dos quais depende para obter recursos materiais.

A UNISG foi criada com uma proposta de rever a prática gastronômica, buscando inserir princípios de justiça social e sustentabilidade ambiental. Entretanto, em visita realizada a esta universidade, após assistir a uma aula da disciplina “Interdisciplinariedade da gastronomia” e conversar com cinco alunos por, aproximadamente, 20 minutos cada, foram detectadas contradições no movimento. De um lado, o discurso da professora, que se referia ao SF como “nós”, critica o dinheiro, pois, conforme esta professora, ele acaba com as relações entre as pessoas (amizades, familiares). Ela menciona uma comunidade do Equador, chamada Salinas, como um modelo de sistema produtivo não capitalista. Em relação a esta argumentação, podemos apontar algumas ambiguidades. Primeiro, a sociedade ocidental moderna se consolidou a partir de um sistema econômico industrial capitalista, o qual ainda é dominante. A consolidação de relações comerciais sem dinheiro não desponta como uma realidade plausível. Além disto, a UNISG, como foi mostrado, é parceira de diversas empresas que estão bem posicionadas no comércio capitalista. Cada aluno dessa universidade paga cerca de 30 mil euros por um curso de três anos e os professores são pagos com a renda desta mesma universidade. Assim, o dinheiro não parece ser algo prescindível no movimento.

Nas conversas com os alunos, foram apontados alguns dilemas decorrentes deste mesmo tipo de discurso, que defende a produção e comercialização em condições pouco viáveis. Por exemplo, esses alunos têm a preocupação de com o que trabalhar depois de se formarem. Eles afirmam que as ideias do SF (que permeiam as aulas) são interessantes, mas não veem a possibilidade de se manterem financeiramente seguindo essa filosofia. De fato, alguns alunos já formados são levados a se inserir no mercado de trabalho, em estabelecimentos comerciais do mercado dominante, a partir de contatos feitos durante a graduação. Nestes casos, mais uma vez, vemos expectativas em conflito dentro do movimento.

Outro aspecto importante para se compreender o SF são as parcerias. O SF foi se inserindo na sociedade por meio da articulação com inúmeros atores, tanto públicos como privados. Nesta rede, o movimento articula conhecimentos científicos e tradicionais, técnicas produtivas, equipamentos e alimentos. Esta rede articula também atores na iniciativa pública e privada, que oferecem ao movimento apoio de vários tipos, principalmente, financeiro.



Essas parcerias, se, de um lado, parecem ser uma estratégia interessante de inserção social, por outro, revelam uma incoerência com seu discurso radical contra o mercado dominante, pois as empresas com as quais se vincula seguem as regras que o SF critica. Na tabela 1 abaixo, apresentamos os dados disponíveis no Social Report de 2012 (BATTAGLINO, 2012), da Fundação Slow Food para a Biodiversidade. Como está disposto nos gráficos (bola), grande parte dos recursos vem do setor público e privado. Os recursos provenientes dos ‘apoiadores’ (369.345 euros) somados aos recursos doados por instituições públicas e privadas direcionadas a projetos específicos (Receita de projetos 383.748 euros) dão um valor de 757.093 euros que correspondem a 74% da soma total dos recursos.

Tabela 1 - Recursos Slow Food

<b>RECEITA</b>		
<b>Renda (receita) provinda de apoiadores<sup>22</sup></b>	<b>369.345</b>	
Membros Honorários	175.000	17%
Benfeitores e financiadores	164.345	16%
Mantenedores	30.000	3%
<b>Renda provinda da associação</b>	<b>150.000</b>	<b>15%</b>
<b>Outras rendas</b>	<b>115.927</b>	
5 per Mille <sup>23</sup>	103.306	10%
Outras rendas	12.621	1%
<b>Renda de projetos</b>	<b>383.748</b>	<b>38%</b>
<b>TOTAL DE RENDAS</b>	<b>1.019.020</b>	<b>100%</b>

A tabela abaixo nos dá uma ideia do tipo de gasto do SF. Os serviços administrativos, os serviços de propriedade e serviços operacionais geram muita despesa.

<b>CUSTOS DE GESTÃO</b>		
Reuniões do conselho	-15.891	
Custos e serviços administrativos	-23.870	

<sup>22</sup> A cada período de tempo, variam os "apoiadores", entre eles estão: Regione de Toscana, Regione del Veneto, União Europeia, Coop Switzerland, Alce Nero, Compagnia San Paolo.

<sup>23</sup> Since 2006, the Slow Food Foundation has been able to benefit from the Italian 5 per Mille provision that allows up to 0,5 percent of an Italian's personal income tax to be donated to qualifying non-profit organizations and deducted from their tax liability. (BATTAGLINO, 2012).



Serviços bancários	-3.670	
Serviços de informação	-17.740	
Serviços de propriedade	-42.992	
Serviços operacionais gerais	-37.452	
	<b>-141.615</b>	
<b>Valor agregado</b>	<b>-877.405</b>	
	<b>-1.019.020</b>	

Como mostra a tabela abaixo, os gastos com atividades promocionais e participação em eventos são prioridade no SF. Além disto, são significativos os gastos com pesquisas, missões de desenvolvimento e com doações diretas às Fortalezas.

<b>Partes interessadas remuneradas</b>		
<b>Arca do Sabor</b>	<b>2.570</b>	
<b>Presidia</b>		
Ferramentas de comunicação	16.669	
Atividades de promoção e participação em eventos	45.418	
Treinamento, intercâmbio e assistência técnica	27.871	
Colaborador local	15.500	
Missões de pesquisa e desenvolvimento Presidia	32.761	
Contribuições diretas para apoiar a Presidia	32.276	
<b>Mercados da Terra</b>	<b>5.431</b>	

Os dois projetos que recebem maior verba são a Fortaleza e “Mil hortas na África”. Este último tem altos gastos com equipamentos e pagamento dos funcionários. As Fortalezas investem no treinamento de pessoal, na participação de eventos e em pesquisas.

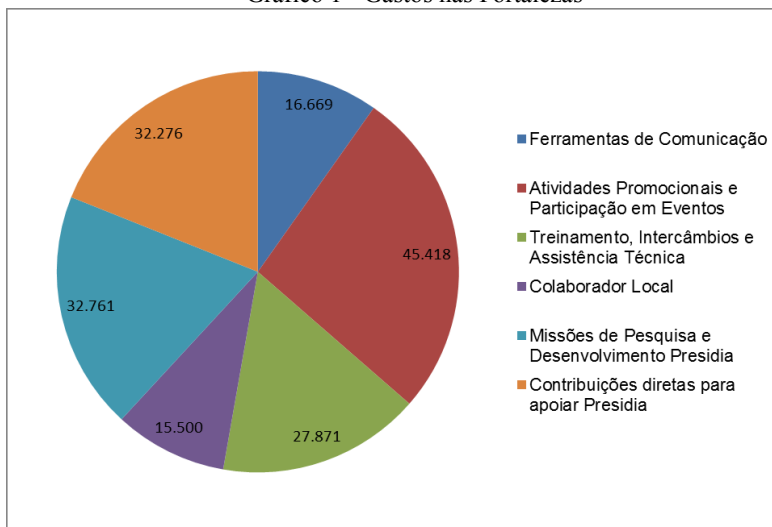
<b>MIL HORTAS NA ÁFRICA</b>		
Equipamento	119.600	
Treinamento, intercâmbio e assistência técnica	61.323	
Colaboradores locais	50.650	
Ferramentas de comunicação	13.917	
Bolsas/stágios para estudantes Africanos - Universidade de Ciências gastronômicas	24.300	
<b>Outros projetos de desenvolvimento</b>	<b>59.220</b>	
<b>Apoio e comunicação institucional</b>	<b>42.095</b>	
<b>Remuneração do pessoal</b>	<b>331.338</b>	

<b>Remuneração total</b>	<b>880.939</b>	
<b>Margem Líquida</b>	3.534	
<b>Distribuição do valor agregado</b>	<b>-877.405</b>	
Presidia	<b>-175.481</b>	20%
Mercados da Terra	-8.774	1%
Mil Hortas na África	<b>-271.996</b>	31%
Outros projetos de desenvolvimento	-52.644	6%
Comunicação	-43.870	5%
Remuneração do pessoal	<b>-324.640</b>	37%
Arca do Sabor	0	0%
		100%
<b>Distribuição do valor agregado – Presidia</b>	<b>-175.481</b>	
Contribuições diretas para apoiar Presidia	-33.341	19%
Colaboradores locais	-15.793	9%
Treinamento e intercâmbios	-28.077	16%
Missões de pesquisa e desenvolvimento da Presidia	-33.341	19%
Ferramentas de comunicação	-17.548	10%
Atividades de promoção e participação em eventos	-47.380	27%
		100%
<b>Distribuição do valor agregado para o projeto Mil Hortas na África</b>	<b>-271.996</b>	
Ferramenta de comunicação	-13.600	5%
Bolsas/estágios	-24.480	9%
Colaboradores locais	-51.679	19%
Treinamento	-62.559	23%
Equipamento	-119.678	44%

Fonte: Social Report de 2012, da Fundação Slow Food para a Biodiversidade. (BATTAGLINO, Cristina et al., 2012).

Os gráficos abaixo nos permitem visualizar que os gastos com eventos e ações promocionais são significativos (Gráfico 1), além disto, os financiadores públicos e privados somam a maior parte de recursos do movimento (Gráfico 2).

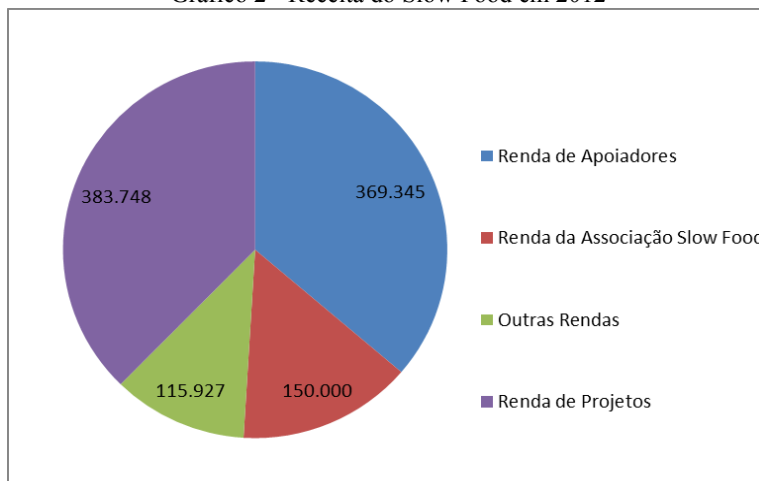
Gráfico 1 - Gastos nas Fortalezas



Fonte: Social Report de 2012, da Fundação Slow Food para a Biodiversidade. (BATTAGLINO, et al., 2012).

Vemos que 74% da receita é proveniente de financiadores públicos e privados.

Gráfico 2 - Receita do Slow Food em 2012



Fonte: Social Report de 2012, da Fundação Slow Food para a Biodiversidade (BATTAGLINO, Cristina et al., 2012).

### 1.3 SÍNTESE DO CAPÍTULO: UM MOVIMENTO QUE CRIA UM SENTIDO POLÍTICO PARA A PRÁTICA ALIMENTAR

Podemos identificar no movimento internacional SF duas estratégias de atuação: a flexibilidade de seus princípios filosóficos e a necessidade de iniciativa dos participantes. O crescimento do SF, por um lado, deixa mais completo por ir identificando pelo mundo as inúmeras implicações da defesa do alimento “bom, limpo e justo” e, por outro lado, o distancia daquele contexto de intelectuais de esquerda italiana das décadas de 70 e 80. O movimento, hoje, não se assemelha aos dos grupos de jovens da década de 1960, cujas atividades lhe deram lugar. Pelo contrário, assumiu contornos muito diferentes.

Aquele contexto de intelectuais de esquerda que, na própria militância e em encontros culturais, vão descobrindo e criando um novo sentido para suas ações, ao desenvolver, mediante de muita interação, uma nova maneira de pensar a vida, a alimentação e a política, culminou na filosofia do SF. Esses sentido e significado, criados neste contexto sociocultural e político de militantes italianos, se tornaram “a alma” do SF que foi transmitida a todos seus documentos, sendo a base das idealizações de todos os seus projetos.

As ideias sobre produção e consumo alimentar forjadas por meio das práticas do Arcigola compõem, hoje, um conjunto de orientações que significam as ações do movimento e são apresentadas como sua “filosofia”, que reúne as seguintes características: ações politizadas e realizadas coletivamente, vinculadas à gastronomia, que buscam o prazer na própria militância e visam ao bem comum. O empreendedorismo desenvolvido pelo Slow Food reúne estas características.

O SF foi gerado dentro de um domínio social (Arcigola). A globalização do movimento implicou uma constante reinterpretção de sua filosofia, ampliou os domínios e campo sociais dos participantes, e trouxe novos âmbitos de discussões, deixando, portanto, mais complexa sua intervenção na sociedade.

Neste capítulo, trouxemos alguns trechos que nos pareceram esclarecedores tanto da maneira como eles entendem a produção e a prática alimentar, como para evidenciar que o que está amadurecido hoje tem seus eixos orientadores principais no Arcigola. Como podemos observar, o SF se estruturou de uma maneira flexível, com o intuito de incorporar a maior diversidade de adeptos. Entretanto, como os contextos locais se apropriam do movimento? Como estas práticas estão

se expandindo pelo mundo nas diversas localidades? Esta questão norteia este estudo.

Nos próximos capítulos será analisada a maneira como a filosofia do “bom, limpo e justo” está se concretizando socialmente, na Itália e em Pirenópolis, no Brasil.



## **2 AMBIGUIDADES E CONTRADIÇÕES EM FOCO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DO SF A PARTIR DE SUA COMPLEXIDADE**

O SF, atualmente, engloba diversos projetos e campanhas alimentares. A Fortaleza é um importante projeto que requer a articulação entre os atores locais e o envolvimento direto dos produtores. Por ser um projeto que envolve tanto o Convívio como os produtores, ele é um instigante recorte de análise, pois irá revelar como os membros do SF estão concretizando o movimento no âmbito local a partir de diretrizes globais. O movimento apresenta um discurso - filosofia do “bom, limpo e justo” - que irá se adaptar a diferentes realidades sociais. Como um complexo fenômeno da globalização, é necessária uma análise de como articula o discurso e a prática, abordando-o em sua complexidade. Neste capítulo, desenvolvemos uma proposta de análise da relação global x local dentro do SF. Para tanto, recuperamos algumas abordagens teóricas que problematizam o fenômeno da globalização e a relação local x global e propomos uma análise, com base na teoria do ator social de Norman Long conjugada com a teoria dos fluxos sociais e alguns conceitos provenientes de estudos sobre a prática alimentar que nos parecem essenciais para sua melhor compreensão.

### **2.1 A GLOBALIZAÇÃO COMO UM PROCESSO MULTIFACETÁRIO**

O fenômeno da globalização envolve dimensões sociais, culturais, econômicas e ambientais, abarcando a reorganização do trabalho, da indústria, o fluxo de conhecimentos científicos e tecnológicos, a disseminação de estilos culturais e modos de comunicação, a circulação de mercadorias e pessoas, a reorganização das estruturas de poder que ultrapassam as fronteiras nacionais. Vários autores abordam a temática da globalização num esforço de organizar teórica e conceitualmente a compreensão deste complexo fenômeno.

Em seu livro “O que é Globalização” (1999), Ulrich Beck contrapõe, de um lado, o conceito de globalismo e, de outro, os conceitos de globalidade ou globalização. O autor identifica o globalismo como uma concepção de que o mercado mundial bané ou substitui a ação política. É uma ideologia do império do mercado mundial neoliberal, que reduz o fenômeno ao aspecto econômico, e em

que a pluridimensionalidade da globalização é pensada somente nesta dimensão. Nesta perspectiva,

A tarefa primordial da política - que consiste na delimitação e no estabelecimento de condições para os espaços jurídicos, sociais e ecológicos, dos quais a atuação da economia depende para ser socializada e tornar-se legítima - se perde de vista ou é derrubada (BECK, 1999, p.27).

Ao tratar da globalidade, o autor retoma a concepção de “sociedade mundial”, que significa “o conjunto das relações sociais, que não estão integradas à política do Estado nacional ou que não são determinadas (determináveis) por ela” (BECK, 1999, p. 29). Neste sentido, a ideia de espaços isolados se torna fictícia, pois há muito tempo já se vive em uma sociedade mundial e nenhum país ou grupo podem se isolar completamente uns dos outros. Na proposta do autor, “mundial” se refere à diversidade e à diferença; e “sociedade” designa a não-integração. Portanto, sociedade mundial implica uma diversidade sem unidade, e incorpora diversas dimensões, como:

[...] formas de produção transnacionais e concorrência no mercado de trabalho, jornais televisivos globais, boicotes transnacionais de compradores, modos transnacionais de vida, crises e guerras ao menos percebidas como “globais”, utilização pacífica e militar de poder atômico, destruição ambiental, etc. (BECK, 1999, p. 30).

Por sua vez, a globalização se refere ao processo no qual os Estados nacionais sofrem interferência de atores transnacionais. Dessa forma, a identidade estatal assim como sua soberania passam por reformulações que devem levar em conta a influência desses novos atores:

Uma marca distintiva essencial entre a primeira e a segunda modernidade é a irreversibilidade do surgimento da globalização. E isto quer dizer: há a convivência entre as lógicas particulares da globalização da ecologia, da cultura, da economia e da sociedade civil, que não podem ser reproduzidas nem reduzidas umas às outras e que devem ser todas consideradas uma a uma em suas



relações de interdependência (BECK, 1999, p. 30).

Esses conceitos delimitam bem as dimensões desse processo multifacetário que é a globalização, explicitando que a dimensão econômica (globalismo) não se sobrepõe ou elimina os aspectos sociopolíticos e culturais (globalidade e globalização). Neste sentido, o autor coloca a questão: “como e em qual medida as pessoas e as culturas do mundo se sentem ligadas umas às outras por suas diferenças, e em qual medida esta percepção que a sociedade mundial tem de si é relevante em termos relacionais?” (BECK, 1999, p. 29).

A compreensão da globalização como um processo de homogeneização social é questionada por alguns autores. A socióloga Saskia Sassen (1991) é uma das referências importantes nos estudos sobre as cidades na globalização e cria o conceito de “cidade global”, apontando para a necessidade de entendermos suas características atuais e a influência da economia mundial globalizada como mecanismos de transformação da sociedade. A cidade, segundo Sassen (2010), “emerge mais uma vez como um local estratégico para entender algumas das principais tendências que reconfiguram a ordem social” (p. 88). Segundo a autora, é na cidade que se dá o cruzamento entre o global e o local.

Em vez de se entender as cidades globais como espaços onde se processa a homogeneização da sociedade segundo padrões globalizantes, Sassen defende que é nestas cidades que se encontram e convivem imigrantes de diferentes partes do mundo. Nestes espaços, as diferentes referências culturais se reorganizam e, frequentemente, geram conflitos. De acordo com Sassen, a imigração é um fator determinante para a expansão de culturas originalmente localizadas, e a análise das cidades globais nos permite assimilar as novas formas de desigualdades que surgem a partir da globalização econômica. Nas cidades, as contradições da globalização do capital se manifestam de forma mais clara e é também nestes espaços que emergem novas reivindicações, incluindo-se as transnacionais.

As críticas sobre possíveis processos de homogeneização da sociedade mundial fazem parte dos estudos que buscam uma melhor compreensão dos processos de globalização que estão se concretizando. Como argumenta Beck, “É muito mais relevante que se questione e investigue a forma como o horizonte mundial se abre e se estabelece na produção transcultural de mundos de significação e símbolos culturais” (BECK, 1999, p.93).

Beck questiona a ideia de homogeneização da sociedade proposta por alguns atores, como George Ritzer, que, em 1993, escreve o livro “The McDonalldization of Society”. Segundo Ritzer, os princípios da indústria do *fast food* vêm dominando a sociedade americana e o resto do mundo. O autor usa o caso do McDonalds para ilustrar seu argumento de que o restaurante *fast-food* representa o modelo organizacional do processo de racionalização social. Neste sentido, a cultura se adapta às características do restaurante *fast-food*. Em contraposição a esta posição, Beck usa o conceito “glocal” para refletir sobre os processos globais/locais em curso. Conforme Beck, os contextos glociais ainda estão em processo de formação e devem ser compreendidos a partir da “imaginação de vidas possíveis”, capazes de incorporar uma grande variedade de combinações de “infinitas e sempre oscilantes vidas e identidades grupais desiguais” (BECK, 1999, p. 105).

Assim, as “vidas possíveis” ainda estão em fase de construção e concretização, incorporando-se, neste processo, todas as vidas e identidades de diferentes localidades que se encontram e se reformulam. Em suas palavras, “Residir num lugar não significa conviver com ele e conviver com um lugar não significa residir ali” (BECK, 1999, p. 136). Portanto, o espaço pode não ser o aspecto mais fundamental na construção de vidas pessoais, pois os elementos para isto podem vir de lugares distantes. O fato de se residir num lugar não necessariamente quer dizer que se irão compartilhar os valores, pensamentos e orientações dominantes no contexto local. Neste sentido, é essencial levar em conta a “plurilocalização, transnacionalidade da biografia, globalização da vida individual” (BECK, 1999, p. 137). Ou seja, “A transnacionalização estabelece novas conexões entre culturas, pessoas e locais e, com isso, modifica nosso ambiente cotidiano” (BECK, 1999, p. 139).

A globalização pode, num primeiro momento, dar a aparência de certa homogeneidade entre regiões, mas, ao contrário, a heterogeneidade social é dominante e é capaz de criar novos padrões de reações locais e globais variáveis e que se reformulam. Juntamente com Estados, corporações transnacionais e agências multilaterais, um conjunto de associações da sociedade civil entram na cena política e operam na rede de poder transnacional. Os movimentos sociais são capazes de aglomerar adeptos de várias partes do mundo em função de causas específicas. A defesa ambiental, a proteção aos animais são alguns exemplos. Na análise desses movimentos, é importante que se identifiquem os grupos de interesses envolvidos e o fluxo de pessoas e

coisas que esses movimentos sociais globais geram, focando nas novas relações de poder que se delineiam.

Como menciona Khondker (2004), pesquisador do Departamento de Sociologia na Universidade de Singapura, o termo glocalização é de origem japonesa e foi usado em inglês, pela primeira vez, por Roland Robertson, um sociólogo de origem inglesa, que migrou para os Estados Unidos, onde desenvolveu grande parte de sua vida acadêmica na Universidade de Pittsburg. Em suas pesquisas sobre a sociedade japonesa, Robertson descobriu que este termo era usado pelos empresários no seguinte sentido:

[...] um termo usado pelos especialistas em marketing que significava que produtos de origem japonesa deviam ser localizados – ou seja, eles deviam ser adaptados ao gosto e interesses locais [...] muitas categorias sociais e práticas assumem um sabor ou caráter local, apesar do fato de que estes produtos foram inventados em outros lugares [...] glocalização significa a criação de produtos ou serviços destinados ao mercado global, mas personalizados de acordo com as culturas locais (KHONDKER, 2004, p. 3, tradução nossa).

De acordo com Khondker, a sociologia atual, muitas vezes, se revela prisioneira dos estados-nação e ele reconhece que as questões sociológicas atuais tendem a ultrapassar os limites dos Estados. Por outro lado, já existem estudos sociológicos sobre a globalização que vão além dos limites estatais, mas com forte tendência à macrosociologia. Entretanto várias questões se remetem aos aspectos locais, ou micro dos estudos sociológicos. Diante das dificuldades, “Glocalização como um conceito ajuda a aliviar as dificuldades conceituais das relações micro e macro.” (KHONDKER, 2004, p. 3, tradução nossa).

Segundo o autor, glocalização envolve a mistura de dois ou mais processos em que pelo menos um deles deve ser local. Isto é exemplificado com negociações ou tecnologias provenientes de diferentes países, mas que, ao se misturarem, são úteis para resolver questões de um país. Entretanto, num processo de glocalização, deve haver na “mistura” um componente local. Isto é o que diferencia a glocalização de processos híbridos, nos quais não há a necessidade de um componente local. Por exemplo, a Singapura pode usar tecnologias

puramente americanas e inglesas para resolver seus problemas. Entretanto, para se falar em glocalização, deve haver pelo menos um componente de valor cultural ou prática local. O autor chama a atenção para o fato de que os produtos culturais recebem diferentes significados em contextos sociais e culturais diversos, além de ter impactos desiguais nas classes ou grupos.

Aprofundando as discussões sobre o conceito de globalização, Robertson (2000) foca no conceito de glocalização, pois enxerga várias debilidades nos usos do conceito de globalização em sentido oposto à localização. Segundo o autor,

Pelo contrário, mantive que a globalização – a compressão do mundo no sentido mais amplo – implicou e segue implicando de maneira crescente, a criação e incorporação da localidade, processo que, por sua vez, configura amplamente a compressão do mundo como um todo. (ROBERTSON, 2000, p. 20).

Robertson consulta o Dicionário Oxford de Novas Palavras e mostra que o termo “glocal” e o nome “glocalização” se formaram juntando as palavras local e global para se fazer uma mistura. Esta ideia derivou da palavra japonesa “dochakuka” (dochaku, significa “o que vive de sua própria terra”), que designa um processo de adaptar as técnicas agrícolas às condições locais.

Robertson detecta uma tendência a se pensar o local/global como uma relação de enfrentamento, na qual o local está, a todo tempo, lutando contra uma hegemonia global ou contra as tendências globalizantes. Para o autor, as tendências de homogeneização e de heterogeneização se interpenetram e também podem entrar em conflito. Os processos de glocalização são realizados de diversas formas na prática. Podem ser usados estrategicamente, como é o caso dos empresários japoneses, ou de canais televisivos mundiais, como a MTV e o noticiário CNN. Mas fazem parte de processos mais amplos de reconstrução do global e o local. Não se trata de uma homogeneização mundial, mas de uma análise de como os espaços locais estão construindo novas formas heterogêneas de lidar com tendências homogeneizantes. Segundo Robertson,

Não se trata de escolher entre ‘homogeneização global’ e a heterogeneização, senão das formas em que ambas as tendências chegaram a constituir

estilos de vida ao longo de boa parte do último trecho do século XX (ROBERSTON, 2000, p. 4, tradução nossa).

Dessa forma, para o autor, os processos de globalização se concretizam de forma reflexiva e implicam, crescentemente, a criação e incorporação da localidade, portanto, os projetos de glocalização fazem parte da globalização contemporânea.

As abordagens teóricas mencionadas iluminam e problematizam uma série de questões que envolvem os fenômenos da globalização. Robertson esclarece que não se trata de uma homogeneização mundial, mas de espaços locais que estão construindo novas formas heterogêneas de lidar com tendências homogeneizantes. Khondker (2004), por sua vez, defende que os produtos culturais adquirem diferentes significados em contextos sociais e culturais diversos, além de ter impactos desiguais nas classes ou grupos. Beck (1999) ressalta as novas conexões entre culturas, pessoas e locais e suas implicações no ambiente cotidiano. Estas reflexões explicitam a necessidade de análises de como estão sendo construídas as relações entre o global e o local.

### **2.1.2 Os fluxos sociais no contexto local: uma abordagem centrada no ator social**

Ainda que reconheçamos a importância das problemáticas levantadas por esses autores, entendemos que uma melhor compreensão do fenômeno da globalização pode ser alcançada por uma abordagem que incorpore a mobilidade dos processos sociais que a caracterizam. Assim, a globalização, entendida como uma “intensificação das relações sociais em escala mundial” (GIDDENS, 1991, p. 69), pode ser compreendida pela abordagem dos fluxos sociais, que leva em conta a mobilidade de ideias e referenciais de interpretação que fluem entre nós e redes ao redor do globo, juntamente com os fluxos materiais. Como vimos na introdução, de acordo com Mol e Spaargaren (2005), a sociologia dos fluxos está menos focada nas localidades e nas práticas estáticas e mais voltada para os fluidos globais sem fronteiras. As questões sobre a relação global e local envolvem entender como estas se processam, e isto faz parte do campo de interesse da sociologia. Para tanto, a abordagem do antropólogo inglês Norman Long é original e se revela adequada para o estudo de como esses fluxos sociais se realizam na prática:

A globalização não deve ser vista como um processo hegemônico avassalador que estrutura resultados no âmbito de nações, culturas, economia, e formas de sustento das pessoas, senão como uma taquigrafia conveniente para descrever o ir e vir das complexidades, ambiguidades e diversidades dos padrões de vida contemporâneos de relações globais/locais (LONG, 2007, p. 392, tradução nossa).

A compreensão de como os fluxos sociais estão se estabelecendo, ou seja, como a circulação de ideias e práticas que fluem entre localidades distantes e reorganizam a vida social, pode ser alcançada a partir da teoria do ator social de Long. Ele desenvolve uma versão da perspectiva construcionista, visando “alcançar conceitualmente as flexibilidades, ambiguidades e a natureza socialmente construída e autotransformadora da vida social e encontrar instrumentos conceituais para tanto” (LONG, 2007, p. 18, tradução nossa). Como eixo de análise, Long distingue alguns conceitos centrais: ator social, agência, campo, domínio social, arena e interface.

Os atores sociais podem ser indivíduos ou instituições capazes de dar sentido e orientar a ação de acordo com interesses. De acordo com Long,

[...] os indivíduos não são as únicas entidades que tomam decisões, atuam de comum acordo e supervisionam resultados. As empresas capitalistas, as agências estatais, os partidos políticos e as organizações eclesiais são exemplos de atores sociais, todos eles têm meios para formular decisões e atuar pelo menos em alguma delas (LONG, 2007, p. 49, tradução nossa).

Com sua capacidade de entender e buscar soluções, os atores intervêm na realidade social e entram em sua dinâmica remodelando seus contornos.

O conceito de agência é retomado do trabalhado por Giddens (1991) e se refere a que a sociedade não é um “fenômeno” que se impõe aos indivíduos e que estes, mediante conhecimentos e dados obtidos da experiência social, irão, de alguma forma, perpetuar a sociedade, dentro do que lhe for permitido por sua estrutura. Ao contrário, ao fazer as coisas, os atores são arquitetos de sua própria ação e da sociedade.

Ainda que ajam sob coerção social e dentro de limites, e, muitas vezes, sem uma consciência clara dos fatos que os rodeiam, os atores são capazes de intervir no fluxo de eventos sociais e traçar novas configurações. Assim, não estão fadados a perpetuar, de alguma forma, uma realidade dada e que se impõe. Portanto, a sociedade e seus fluxos são construídos pela agência dos atores que estão inseridos em contextos sociais únicos e criam, a todo momento, as soluções para os dilemas de seu dia a dia.

O conceito de agência afasta o entendimento do ator social como aquele que desempenha papéis predeterminados, pois, ainda que a ação esteja incrustada em estruturas e instituições sociais, no processo de agir, os atores sociais variam quanto à atribuição de significados e de intenção, podendo posicionar-se a favor ou mesmo contra as regras sociais já consolidadas. Há, portanto, uma margem de manobra para novas criações. Assim, mesmo que o indivíduo aja guiado por interesses próprios e a partir de sua compreensão pessoal sobre as questões que o rodeiam, quando sua atitude interfere na vida de outros e reforça ou se opõe a padrões sociais mais amplos, tal ação se torna social, e é fruto da agência.

É, portanto, pela ação social que as “estruturas” sociais são reorganizadas e adquirem valores e significados. Neste processo, a dimensão social está intrinsecamente implicada, na medida em que os atores estão envolvidos em redes de esquemas políticos e sociais específicos, que compõem os domínios e campos sociais.

Nessa cadeia de agentes que atuam sempre considerando os demais agentes envolvidos, cada um traduz e interpreta as regras e normas codificadas socialmente de acordo com seus próprios projetos. A ação social se concretiza, portanto, em “campos sociais” mais amplos que o âmbito individual. Neste campo, distribui-se uma série de elementos, como discursos, estruturas físicas, grupos de indivíduos, recursos e informação. A configuração de um campo social é produto de influências humanas e não humanas que interagem em processos de cooperação ou de conflito. O campo social não se define por um campo de atividade, por exemplo, política ou econômica, que se estrutura para alcançar fins específicos.

Quando nos referimos a origens sociais dos indivíduos, ou campo social, referimo-nos à sua posição em termos de distribuição material, cultural, de informações que se estrutura historicamente numa sociedade. Então, quando dizemos que um indivíduo é do campo “classe média”, temos uma ideia do tipo de condição material que ele desfrutou em sua vida, a formação cultural a que teve acesso, as leituras, as

discussões de que participou e o estilo de vida. A posição profissional que o indivíduo ocupa, como um cargo público diretivo, no meio empresarial, ou como profissional autônomo, vincula-se às estruturas sociais às quais teve acesso por estar neste campo.

Os campos sociais se referem, portanto, a cenários relativamente estruturados e solidificados no tempo, onde se distribuem recursos, valores e discursos. Esse conceito ainda expressa cenários rígidos, importantes de serem delineados e reconhecidos na análise social. Entretanto, para uma melhor compreensão da dinâmica dos fluxos de ideias, discursos, percepções e jogos de poder, é essencial a compreensão de como esses aspectos perpassam entre os diferentes campos, ao serem incorporados pelos atores, os quais, em conjunto, configuram as inúmeras realidades sociais. Para tanto, Long propõe o conceito de domínio social.

Em cada campo prevalece um domínio social que está formado justamente pelas ideias, discursos e percepções, as quais devem ser apreendidas em sua constante reformulação pelos atores deste campo. Pela noção de domínio social, podemos captar, especificamente, os processos pelos quais os elementos, como valores, recursos, informações e discursos, são disputados e organizados. O domínio social não é um conceito de definição única, formulada *a priori*. Ele é produzido e se modifica pelas experiências dos atores. De acordo com Long, os domínios são esses espaços da vida social que se organizam ao redor de um núcleo de valores e regras que, ainda que sejam compartilhados, nem sempre, são conscientemente percebidos e reconhecidos pelos integrantes. Mas os envolvidos assumem um compromisso social de orientar-se por este conjunto de valores e regras.

A partir daí, criam-se fronteiras sociais simbólicas, passíveis de ser estudadas e mais claramente percebidas nos pontos de encontro (ou choque) entre diferentes domínios. Nas palavras de Long,

Os exemplos incluem os domínios da família, mercado, Estado, comunidade, produção e consumo, ainda que, dependendo da situação, domínios particulares se diferenciarão em sua proeminência, penetração ou significado social (LONG, 2007, p. 124, tradução nossa).

A análise desses encontros cotidianos é fundamental para a explicação de como se formam encadeamentos, se constroem consensos e se acomodam disputas. A noção de domínio, juntamente com a de



arenas são propostas como instrumentos analíticos para explicar como se constroem os espaços de manobras entre os atores, ou seja, a abertura que todos os atores sociais envolvidos encontram para influenciar no curso dos eventos, ainda que se encontrem em posições sociais diferentes na distribuição de poder. As arenas são “lugares sociais e espaciais em que os atores se confrontam entre si, mobilizam relações sociais e usam meios culturais discursivos e outros meios culturais para alcançar fins específicos, incluindo somente permanecer no jogo” (LONG, 2007, p. 125). As arenas sociais são lugares onde há o encontro entre diferentes domínios, ou somente um domínio, em que os atores utilizarão as normas e valores de seus respectivos domínios, para definir posições e defender interesses. Entretanto os indivíduos podem compartilhar domínios, mas não deixam de serem pessoas com capacidades e interesses próprios. Então, mesmo que sejam de um mesmo domínio, pode haver disputa de interesses nas arenas. Os atores pertencentes a diferentes domínios, ou que compartilham o mesmo domínio social, irão nestes encontros confrontar e negociar suas posições. “O conceito de arena é especialmente importante para identificar os atores e documentar os *temas, recursos e discursos* implicados em situações particulares de discordância ou disputa” (LONG, 2007, p. 125, grifo do autor, tradução nossa).

O conceito de arena é, portanto, complementar ao de domínio, na medida em que se refere ao lugar onde se encontram diferentes domínios, o que permite detectar os caminhos, ou seja, temas e questões levantados, os recursos utilizados por cada ator e seus respectivos discursos para alcançar seus interesses. É essencial detectar as arenas em que os atores se confrontam e se mobilizam para alcançar seus objetivos.

Entretanto não se pode perder de vista que as arenas não implicam que os confrontos se dão entre regras e valores estabelecidos localmente. Ainda que se refiram a um local, as arenas podem estar configuradas por regras institucionais, contextos e processos sociais distantes. Ou seja, estratégias e ações geograficamente distantes podem intervir decisivamente na configuração e no processo de arenas locais.

O conceito de interface remete a uma forma de se buscar abordar as arenas sociais onde se cruzam domínios sociais, nas quais as interações visam disputar ou acomodar diferentes posições, visões de mundo ou conhecimento. O aspecto mais central no conceito de interface é seu potencial para apreender as contingências das situações sociais. Ou seja, explicar por que as coisas aconteceram de uma forma e não de outra e como isso aconteceu. O conceito de interface foca nos

“silêncios”, “nas frases perfeitamente apropriadas para a situação” e os vários caminhos pelos quais um contexto social se forma, levando-se em conta os aspectos simbólicos e culturais e a estrutura sociopolítica do ambiente estudado.

Pela análise da interface social pretende-se identificar e analisar os meios pelos quais os vínculos sociais ou as discontinuidades se fazem, se reproduzem ou se transformam. Mesmo que sejam encontros face a face entre atores sociais, as interfaces também devem ser analisadas considerando-se domínios institucionais, de conhecimento e de poder mais abrangentes. A análise das interfaces não pode ser estática, mas deve concentrar-se no reconhecimento e documentação de diferentes estratégias utilizadas para se levar adiante determinada situação. É fundamental que se leve com conta as representações simbólicas envolvidas na situação, mas que pertencem a domínios sociais que podem não estar presentes no momento. Também é importante que a análise não se atenha, especificamente, às construções simbólicas e culturais, em detrimento das organizações sociais e políticas em que estão implicadas. Nestes encontros de interface, percebe-se com mais clareza a estrutura de poder em que se organizam os campos sociais.

Os encontros de interface estão permeados de discursos e práticas culturais de um cenário social mais amplo, mas que se manifestam, reproduzem e se transformam nos lugares de trabalho, nas famílias, nos centros comunitários e nos demais ambientes da vida cotidiana. Portanto, devem-se entender os mecanismos cruciais pelos quais esses conteúdos são manipulados nas interfaces.

As relações de interface constroem encadeamentos entre indivíduos que compartilham expectativas e, gradualmente, vão formando uma entidade organizada de intencionalidades entrelaçadas. Por outro lado, em vista de interesses contraditórios e desigualdades de poder, também se criam conflitos. Assim, indivíduos representantes de diferentes domínios sociais terão que lidar com situações delicadas nessas interfaces. Segundo Long, “Aqueles que chegam a ser habilidosos para conduzir tais posições ambivalentes podem usar esta habilidade para obter vantagem pessoal ou política e, às vezes, agem como intermediários” (LONG, 2007, p. 143 tradução nossa).

Um dos aspectos que fazem parte do fenômeno da globalização são as práticas alimentares. De acordo com Long, existe:

[...] necessidade de uma análise mais detalhada da forma em que os fluxos de informação e as redes

de comunicação modelam as práticas organizativas e as identificações sociais dos produtores, comerciantes, distribuidores e consumidores “globais” – um assunto especialmente intrigante para os estudos dos alimentos (LONG, 2007, p. 395, tradução nossa).

As cadeias de produção e consumo alimentar ultrapassam as fronteiras nacionais e geram discussões, como a sustentabilidade ambiental, a biodiversidade, a justiça social, etc., assim como a emergência de iniciativas que desenvolvem práticas que se opõem às práticas capitalistas dominantes. Dentre estas, as que ganham alcance global podem ser estudadas pela abordagem dos fluxos sociais. As cadeias de produção e consumo são espaços onde circulam discursos, visões de mundo, práticas e produtos materiais. Os fluxos alimentares envolvem tanto as substâncias materiais e suas infraestruturas técnicas como os cenários, redes e discursos que acompanham estes fluxos.

## 2.2 O SF E OS FLUXOS SOCIAIS ALIMENTARES: UMA ANÁLISE DO MOVIMENTO LOCAL NA CIDADE DE PIRENÓPOLIS

A partir da perspectiva do ator social, poderemos analisar como o movimento, que teve início num domínio social específico da cidade de Bra na Itália, incorporou vários domínios e campos sociais ao redor do mundo. À medida que o movimento foi crescendo e se globalizando, pessoas de diferentes domínios sociais, com visões de mundo, cultura, interesses foram se unindo ao movimento e contribuindo para dar-lhe novas características.

Às práticas alimentares realizadas por esse grupo de italianos desde a década de 1970 somaram-se inúmeras outras que expressam novas interpretações da filosofia do movimento, e que entram em disputa de poder com a “visão original” do SF, fruto da experiência do Arcigola. As pessoas de diferentes localidades ao redor do mundo aderem ao movimento e se propõem a realizar seus projetos. Entretanto, a realização do projeto irá se desenvolver num contexto sociopolítico, econômico e ambiental local. Neste sentido, a agência é um conceito essencial, pois é por meio dela que os indivíduos atuam e dão os contornos ao movimento local segundo seus interesses e visões de mundo.

Como já dissemos, para a presente pesquisa propomos o estudo do Slow Food em Pirenópolis, onde há o Convívio Pirenópolis, uma

Fortaleza, chamada Fortaleza da Castanha do Barú e dois produtos no projeto “Arca do Gosto”, a castanha do barú (*Dipteryx alata* Vog) e a cagaíta (*Eugenia dysenterica* DC). A ideia deste projeto é mobilizar diferentes atores sociais numa causa específica e o arranjo local irá mostrar como o discurso acontece na prática.

A partir da perspectiva dos fluxos sociais, consideramos que, no movimento SF, fluem práticas e discursos sobre a produção alimentar. As pesquisas acadêmicas sobre o movimento discutem inúmeros aspectos de suas ações, entretanto parece-nos que estes estudos focam no discurso e nas propostas de ação do SF não dando a devida atenção aos processos pelos quais os arranjos locais entendem e concretizam o movimento. A seguir, serão discutidas algumas abordagens sobre o SF, apontando seus limites, e serão definidos alguns conceitos que nos parecem adequados para analisar o movimento em sua complexidade.

### **2.2.1 A complexidade do SF: as traduções da filosofia do SF e a especificidade do contexto local**

Como foi demonstrado no capítulo anterior, o SF formulou um discurso coerente e articulado sobre a produção e o consumo alimentar. Os princípios da filosofia do “bom, limpo e justo” fundamentam seus projetos em nível internacional. No âmbito acadêmico, várias pesquisas reforçam seu discurso e suas propostas de atuação. Entretanto tanto o SF como as pesquisas acadêmicas não abordam o contexto social no qual esses princípios se inserem, levando em conta a sua complexidade. O SF não é um fenômeno hegemônico, que realiza seus projetos de maneira homogênea ao redor do mundo. Pelo contrário, os projetos se realizam em nações onde existem culturas específicas e precisa considerar a economia e as formas de sustento do contexto local. Na implementação local, seus princípios serão traduzidos de acordo com interesses e conflitos diversos que darão os contornos do movimento neste nível.

Em seu discurso sobre a comercialização, o SF defende uma visão política do consumo. Estudiosos que investigam o SF ressaltam que o movimento atribui ao consumo um importante papel na prática alimentar, pois é um ato essencialmente político. De acordo com Sassatelli (2010), a retórica política do SF é que o consumidor é um ecogastrônomo que incorpora aspectos ecológicos entre seus critérios de apreciação estética do alimento. Chama-se de ecogastrônomo aquele que, além de conhecer as técnicas e os requintes organolépticos do

alimento, saberá sobre suas condições de produção no que se refere à justiça social e à sustentabilidade.

Segundo essa autora, o SF problematiza a questão do consumo a partir de uma perspectiva político-estética que defende o ‘direito ao prazer’ em contextos de inclusão e exclusão da capacidade de consumo. Partindo da ideia de que as escolhas, nas práticas alimentares, são atos políticos, a autora defende que o SF por meio de seu conceito de eco-gastronomia, promove uma mudança cultural nas preocupações alimentares, favorecendo a emergência de uma nova economia.

Sassatelli (2010) ressalta os aspectos morais da comercialização, no que concerne ao crescimento econômico, acesso a recursos e proteção ambiental. De acordo com esta autora, a visão do movimento sobre consumo alimentar deve ser situada numa “onda de politização da prática de consumo” (p. 205). Nesta perspectiva, o “Slow Food parece desempenhar um papel que vem sendo definido como “crítico”, “alternativo” e “até político do consumo”” (p. 205). O movimento inclui uma vasta constelação de práticas como a oferta e a demanda de orgânicos, a comercialização justa, os boicotes de consumidores e o consumo coletivo.

Sassatelli argumenta que, por mais que haja diferenças entre essas iniciativas, “esses fenômenos têm em comum sua visão de que os consumidores podem, e devem, usar seu poder de escolha para modificar as relações de mercado, no sentido de fazê-las mais justas e direcionadas para uma boa vida a todos” (2010, p. 205).

Segundo Sassatelli (2010), o SF é um ambíguo objeto de estudo sociológico, pois se autodefine como um movimento social cujas premissas e objetivos alimentam um debate sobre a qualidade de vida na sociedade pós-moderna, entrando em questões da vida econômica. Além disto, o Slow Food também atua como um empreendedor econômico e cultural, que promove a produção artesanal pelo fortalecimento do capital cultural. Essas diferentes características do movimento têm sido amplamente discutidas, inclusive, por seus aparentes bons instintos comerciais, que vêm sendo apontados como um “cavalo de Troia” que se confunde com a própria globalização, mostrando-se impotente e subordinado diante da inevitável centralidade da “Americanização”. A atuação do SF, não raro, é caracterizada como fortuita e superficial. Ainda segundo a autora, muitas vezes, recaem sobre o SF as seguintes questões: “em que medida o SF representa como um crítico do mercado globalizado ou uma elitista forma associativa que reproduz as distinções deste mesmo mercado? Mais diretamente, o SF é subversivo ou elitista?” (SASSATELLI, 2010, p. 208).

Essa questão sobre se o SF é subversivo ou elitista expressa um olhar sobre o movimento de homogeneidade, não levando em conta a diversidade de realidade social nas quais se insere. Não é possível abordar um movimento social presente em 180 países e buscar uma única resposta para essa questão. De fato, em alguns contextos, o movimento pode se concretizar de forma subversiva e, em outros, reforçar práticas alimentares elitizadas.

Questionando-se sobre qual tipo de política alternativa de consumo o SF persegue, Sassatelli (2010) defende que o vínculo que o movimento estabelece entre política e o prazer (sensorial e intelectual) traduz sua específica posição sobre esta questão. Segundo Sassatelli,

No entanto, não queremos simplesmente descartar o compromisso do Slow Food com a ideia de que a dimensão sensorial de consumo pode ser treinada para exigir escolhas de alto valor. Neste artigo, exploramos as tentativas do SF para ligar prazer e política precisamente como uma forma de lidar, muito abertamente, com a tensão entre o elitismo e igualdade que atravessam culturas ocidentais contemporâneas de consumo (2010, p. 209; tradução nossa).

Assim, segundo a autora, o aspecto sensorial (ecogastronômico) que orienta a escolha alimentar assume o caráter político e pode resolver a questão sobre “elitismo ou igualdade”, à medida que as pessoas incorporam no prazer da alimentação a consciência de que são alimentos produzidos com justiça social e proteção ambiental, além de assimilar hábitos tradicionais que conferem características organolépticas únicas.

Mais uma vez, a autora aborda o SF de uma perspectiva teórica e idealizada, já que resolve a questão de elitismo ou igualdade no movimento a partir de uma apreciação sensorial do alimento, que reflete uma consciência de suas origens e processo produtivo. Entretanto, em cada contexto social, os participantes do movimento vão traduzir esses princípios de acordo com interesses diversos. O próprio desenvolvimento do gosto remete a tradições, costumes e bagagens culturais (BOURDIEU, 1992) que não podem ser tratados como algo homogêneo. Assim, as questões polêmicas que permeiam o movimento precisam ser debatidas com sua complexidade e expressão do movimento como um fenômeno global.

Reforçando o discurso do SF, para Julia Labelle (2004), a incorporação das questões ambientais da produção alimentar ajuda explicitar a conexão dos assuntos envolvidos neste processo (água, solo, biodiversidade, etc.). Como o movimento considera importante proteger os diferentes sistemas alimentares de cada localidade e mantém relações com inúmeras localidades por meio do movimento internacional, ele permite a troca de informações e reconhecimento entre essas localidades. Assim, cria-se uma oportunidade de intercâmbio de experiências e suporte mutuo entre comunidades locais.

Segundo Labelle (2004), a comida local oferece o contexto necessário para criar conexões entre o produtor e o consumidor. O convívio encoraja a relação face-a-face por meio de reuniões e a promoção de produtos e produtores locais. O convívio oferece um bom suporte para os produtos através dos encontros e eventos. As Fortalezas, na perspectiva dessa autora, favorecem uma matrix cultural que reúne o produto, o território, o 'típico' e a qualidade. Assim, esse projeto promove benefícios para o produtor e o consumidor.

Nessa mesma linha de argumentação, Janet Chrzan (2004) ressalta que o movimento chama atenção para que o consumidor esteja ciente do que está em seu prato e como chegou até ali. É um direito do cidadão, como consumidor, acompanhar os processos políticos da produção alimentar. Essa autora também assinala que a escolha neste contexto é fundamental e deve-se evitar o alimento manufaturado e pré-preparado. A autora também salienta que o direito ao prazer é fundamental na filosofia do movimento e que este prazer deriva de se comer um alimento saboroso, produzido no local de forma sustentável. Neste sentido, a apreciação estética do alimento sofre alterações, segundo Chrzan:

[...] o prazer permite que uma alimentação balanceada, sensitiva e saudável; treinando o paladar para apreciar o sabor de um tomate maduro ao invés do sabor adocicado de uma garrafa de ketchup, o que irá melhorar o padrão de dieta porque as comidas saudáveis são também saborosas (CHRZAN, 2004, p. 120, tradução nossa).

A autora acentua que, quando as pessoas se alimentam bem, aprendem sobre a produção deste alimento e reconhecem os vínculos sociais e econômicos entre produção e consumo, elas estão mais aptas a

comprar esse tipo de alimento, o que irá preservar as áreas produtoras e os empreendimentos que os produzem, assim como o estilo de vida local e sua cultura (p. 123).

Dessa forma, ela identifica o SF como um “corretor de informação” entre produtor e consumidor, como também um ente que garante os métodos de produção e qualidade dos produtos. O SF é um movimento que se baseia nas preferências e escolhas do consumidor, assim, o público precisa entender sobre qualidade e sabor que distinguem um produto local da estação e um alimento industrializado. Segundo ela, “esta é a principal força do SF: a habilidade de manter as conexões da rede para criar e sustentar um mercado de eco-amigos” (CHRRZAN, 2004, p. 124, tradução nossa).

Stephen Schneider (2008) também analisa a maneira como a retórica do SF redefine a gastronomia. O autor ressalta que o movimento defende uma nova gastronomia, na qual o sabor e o prazer do alimento são exaltados, define-se o alimento como um produto cultural, que articula questões sobre a qualidade, a sustentabilidade, a biodiversidade e a justiça social. Segundo o autor, o SF desenvolve estratégias culturais e simbólicas que visam dar mais autonomia e democratizar as arenas sociais e culturais de produção.

Schneider (2008) argumenta ainda que o SF é um movimento retórico e educativo. A educação é um eixo fundamental para expandir o conhecimento da sociedade sobre o alimento, explicitando suas implicações políticas, econômicas e ambientais. Conforme Schneider, os programas educacionais do SF promovem a gastronomia como uma prática social e engajada, além disto, insiste na importância da educação sensorial como mecanismo de se identificar a “boa comida” (boa, limpa e justa).

Toda a argumentação desenvolvida pelos autores mencionados reforçam as propostas do SF, mas a exprimem sem levar em conta as traduções dos princípios pelos seus membros, as relações de poder e as especificidades da implementação de seus projetos. Os atores sociais irão pôr essas ideias em prática de acordo com seus interesses e o contexto sociocultural e econômico de sua localidade. Portanto, o movimento não é o que ele defende, mas a maneira como se realiza.

A discussão do Slow Food sobre o consumo pode ser problematizada a partir de estudos que, baseados em dados empíricos sobre o consumo alimentar, elaboram classificações sobre o tipo de consumidor dos alimentos sustentáveis. Essa abordagem vem sendo trabalhada por Guivant (2003) e Oosterver et al. (2010). Estes últimos propõem o modelo das práticas sociais para a análise acadêmica sobre o



consumo de alimentos sustentáveis. Este modelo parte das práticas de consumo reais, localizadas no espaço e no tempo e considera as estruturas sociais como cruciais na análise do comportamento de consumo. Este modelo também leva em conta a maneira como os atores sociais realizam outras práticas cotidianas, a fim de reduzir os impactos ambientais (OOSTERVER et al., 2010, p. 21).

Em sua análise sobre como relacionar o consumo alimentar saudável e o crescimento do consumo de orgânicos com o aumento de suas vendas nos supermercados, Guivant (2003) argumenta que o consumo de orgânicos comprados nos supermercados é parte de uma demanda por alimentos saudáveis que compõem o estilo de vida, caracterizado por Guillon e Willequete (2003 apud GUIVANT, 2003), como *ego-trip*, em contraste como o *ecológico-trip*. A autora propõe que os consumidores destes alimentos não pertenceriam à classificação *ecológico-trip* composta por ativistas sociais, ou por pessoas que se identificariam com o ponto de vista filosófico dos novos movimentos sociais ambientalistas ou o movimento da agricultura orgânica. (GUIVANT, 2003, p. 21). Os consumidores que se encaixam na tendência *ecológico-trip*, além do consumo de alimentos sustentáveis, procuram ter atividades não alimentares em contato com a natureza ou diversas atividades sociais.

Segundo Guivant (2003), os consumidores dos alimentos sustentáveis em supermercados não se identificariam com os consumidores classificados por um estilo de vida *ecológico-trip*, com preocupações com a sustentabilidade ou socialmente responsáveis, que buscariam fortalecer formas alternativas de produção alimentar. Para a autora, os consumidores dos alimentos sustentáveis oferecidos em supermercados se enquadrariam entre os consumidores *ego-trip*, ou seja, aqueles que buscam se preservar dos riscos à segurança alimentar e se promover de acordo com seu ambiente, considerando a beleza, a saúde e a forma. O consumidor *ego-trip* é aquele que vivencia os riscos ambientais no corpo, no que diz respeito à saúde e à alimentação. Esta tendência se oporia ao estilo de vida *ecológico-trip*.

Nas palavras de Guivant,

[...] a permanente escolha frente a uma infinita variedade de alimentos, terapia, estilos de vida, etc., pode estar transformando a forma em que as pessoas experimentam a natureza e o meio ambiente. Numa sociedade mais individualista, a experiência de riscos ambientais pode ter muito

pouco a ver com salvar o planeta e muito mais com assuntos da vida cotidiana, no aqui e agora. Desta maneira, o encontro com o meio ambiente passa a ser mais personalizado. Seguindo este interessante argumento, poderíamos considerar o consumidor ecológico-trip como um tipo de consumidor ego-trip, que atinge outros planos nas suas práticas de consumo (GUIVANT, 2003, p. 22).

Portanto, conforme Guivant, o consumidor dos alimentos orgânicos nos supermercados se enquadraria entre os *ego-trip*, que adotam um estilo de vida mais saudável e usufruem de uma ampla gama de produtos oferecidos pela agricultura e indústria especializada.

O discurso do SF parece não levar em conta que a realidade social é complexa e seus projetos serão aplicados num contexto em que os supermercados dominam a provisão de alimentos no mundo. Além disto, o público consumidor tende muito mais para uma vivência pessoal das questões ambientais do que, propriamente, para uma preocupação efetiva com toda a cadeia de produção alimentar. Portanto, na prática, o movimento definirá suas características e a análise precisa apreender essa complexidade.

Algumas pesquisas que refletem sobre práticas alimentares que visam incorporar princípios e valores que vão além da acumulação e lucro da produção industrial trazem elementos que poderão enriquecer a análise sobre o SF.

O comércio justo busca transformar as relações entre produtores e consumidores. De acordo com Laura T. Raynolds (2002), o comércio justo ultrapassa o estrito âmbito das certificações e regulamentações e visa criar uma rede mais igualitária de trocas comerciais entre consumidores dos países do norte os produtores dos países do sul.

O comércio justo critica os modos de produção, comércio e consumo convencionais e propõe a criação de novos significados e caminhos mais sustentáveis de produção e consumo. Ainda que os dados mostrem que as transações do comércio justo tenham aumentado nos últimos anos, a autora defende que sua verdadeira contribuição está na habilidade de criar novos consumidores e produzir uma aproximação dos vínculos entre os países do norte e os do sul.

O discurso do comércio justo propõe a reconfiguração da histórica relação de exploração entre países do norte e do sul a partir de ideias de justiça e igualdade. Raynolds analisa como, progressivamente, as ideias e práticas relacionadas com confiança, igualdade e

responsabilidade global estão se entrelaçando com as convencionais práticas de comércio e indústria. A autora argumenta que o desafio nos estudos sobre o consumo é justamente incorporar ideias de poder e política por meio de uma abordagem complexa, dinâmica e fluida das redes de comércio de mercadorias. Para tanto, Raynolds usa a analogia das redes, enfatizando os fluxos multidirecionais de materiais, discursos e conhecimentos entre uma variedade de agentes sociais individuais e coletivos e foca nas relações entre atores-chave que formam uma competitiva constelação de conhecimento e poder.

Ainda que o SF atue no âmbito local, suas propostas tocam em questões semelhantes às do comércio justo, que serão levadas em conta na análise empírica.

Outro foco de estudo dentro do movimento são os restaurantes. No SF existem restaurantes que se propõem a trabalhar alinhados às práticas “boas, limpas e justas”. Vários estudos sobre o SF analisam questões referentes aos aspectos estéticos da prática alimentar. De acordo com Mara Miele e Jonathan Murdoch (2002),

Assim, práticas diárias - comer, vestir, interagir, cozinhar, projetar, entreter, gerenciar e assim por diante - são cada vez mais sustentadas por considerações estéticas [...] O processo da estetização, portanto, deve ser estudado em diferentes configurações sócio-espaciais, para que possa avaliar seus efeitos práticos (p. 312; tradução nossa).

Os autores analisam os aspectos estéticos do alimento a partir da maneira como se expressam nos processos de preparação e consumo de alguns restaurantes. Ao analisar um restaurante vinculado ao SF na Toscana, Miele & Murdoch (2002) destacam três aspectos relevantes:

[...] primeiro, a estética de organização' da vida de restaurante, onde o conhecimento tácito, competências de ofício e tradição estão à tona; segundo, a 'ética de estética' de comidas típicas que são promovidas nestes restaurantes; em terceiro lugar, a ligação do restaurante com seu ecossistema circundante e economia local. Estes três aspectos todos destacam a importância de uma estética prática, que está enraizada no conhecimento tácito, habilidades do ofício,

energias criativas e relações sócio-naturais que compõem os pratos típicos (p. 313, tradução nossa).

De acordo com os autores, uma ampla variedade de atores, como os proprietários, os chefs, os consumidores e as instituições políticas locais atuam orientados por critérios estéticos. Assim, afirmam:

Por esta razão, acreditamos que a dimensão estética da vida social deve receber mais consideração nas teorias e agendas de investigação que compõem a sociologia rural. A paisagem em si é em grande parte uma construção estética, que reflete a variedade de critérios estéticos que diversos atores sociais e econômicos e instituições suportam. Como mostramos em nossas breves considerações do desenvolvimento rural inspirada na comida, lutas sociais em torno da estética podem conter profundas consequências para estruturas econômicas, ambientais e sociais nas zonas rurais contemporâneas (p. 325, tradução nossa).

Ainda refletindo sobre as implicações sociais, econômicas e ambientais do consumo, nos estudos sobre o Gruppi di Acquisto Solidale di Pisa – GAS.P! Brunori et al. (2011) argumentam que o consumo sustentável parte dos contextos sociais, simbólicos e materiais do indivíduo e criam tensões nos contextos em que atuam, já que buscam mudanças em todas essas dimensões, desafiando regras instituídas e valores dominantes. Entendem o consumo como um processo de apropriação de itens em práticas sociais engajadas. Para a análise, focam no que está por trás das escolhas individuais, ou seja, os conhecimentos, valores e preconceitos que orientam as decisões. O consumo está baseado em sistemas sociotécnicos que ligam sistemas de provisão com bens do consumidor, como casas e carros e estruturas públicas, como ruas, estacionamentos, etc. Além disto, devem-se considerar, com parte do sistema, as pessoas, o conhecimento, os valores, as habilidades, as normas, etc.. A mudança em um desses aspectos implica, portanto, um reenquadramento de todo o sistema sociotécnico.

Tanto os aspectos simbólicos, discursivos e de conhecimento como as práticas de produção e consumo alimentar são incorporadas ao SF com bastante flexibilidade, ou seja, o movimento permite uma

infinidade de percepções e práticas que se ajustam ao que concebem como “bom, limpo e justo”.

O Escritório Internacional é a instância político-administrativa que vai coordenar essas ações e buscar garantir a coerência das mesmas. Os projetos das Fortalezas podem ser entendidos de acordo com a proposta de Raynolds (2002), que afirma que “as ‘commodities chains’ podem ser referidas como interconexões de fluxos discursivos e materiais por meio das arenas de produção e consumo”. Essa abordagem foi construída sobre a argumentação de Appadurai (1986, apud RAYNOLDS, 2002, p. 407) sobre a “vida social das coisas”, que defende que as “commodities” estão constituídas de aspectos simbólicos e materiais e, portanto, a análise deve focar nos conhecimentos sobre as “comodities”, assim como nas práticas dos produtores e consumidores.

Como vemos, o conceito de rede sociotécnica proveniente da teoria do ator rede formulado por Bruno Latour (2000) e M. Callon (1998) vem sendo adaptado aos estudos das cadeias de produção alimentar.

Seguindo as ideias de Holloway et al. (2007), avaliamos que os projetos do SF reúnem um conjunto de percepções e práticas de produção e consumo alimentar capazes de fluir em diferentes contextos sociais. Holloway et al. (2007) propõe a análise de casos que podem ser “loja da fazenda”, “fazendeiros vendendo em mercados de fazendeiros” “esquemas de entrega em caixa”, “agricultura apoiada pela comunidade”, “horta da comunidade urbana vendendo produtos hortícolas às famílias locais”.

Os diferentes mecanismos de atuação destas iniciativas favorecem a aproximação das relações entre produtores e consumidores.

Os autores defendem uma abordagem mais complexa e relacional capaz de incluir aspectos tanto materiais e simbólicos incorporados na produção e consumo como a compreensão de ideias de poder e agência como efeitos de relações do ator-rede. Em suas palavras:

Mais do que categorizar heterogêneos modos de provisão alimentar como alternativo, nós investigamos como os projetos alimentares particulares podem ser entendidos como arranjos através dos quais a interação de uma série de campos analíticos os fazem possíveis (HOLLOWAY et al., 2007, p.3, tradução nossa).

Para esta análise, Holloway et al. (2007) diferenciam diferentes campos analíticos dentro de um projeto, são eles: lugar de produção; método produtivo; supplychain; arena de exchange; interação entre produtor e consumidor; motivação dos participantes; construção de identidades. Os autores afirmam que as relações entre esses campos configuram uma “matrix” particular a cada projeto. Dessa forma, seguindo esta proposta de análise de Holloway, propomo-nos detectar, no caso do SF, esses diferentes campos analíticos com o intuito de melhor analisar como o projeto se desenvolve.

### **3 A ORIGINALIDADE DO SLOW FOOD: *UM MOVIMENTO SOCIAL EMPREENDEDOR***

O SF passou por grandes mudanças desde sua origem até o momento atual. Aquele contexto de formação, no qual ex-militantes italianos se reuniam em ambientes de convívio e trocas políticas, reforçando ideias, percepções e valores já não é a realidade do movimento. Entretanto, ainda que tenha passado por reformulações, o SF conseguiu conservar o sentido essencial de suas ações criado no âmbito do Arcigola e aprofundá-lo, expressando seus posicionamentos de maneira mais madura em seus documentos oficiais.

Em sua trajetória constitutiva, o movimento foi criando seus contornos e características. Amadureceu sua percepção das práticas de produção e consumo alimentar elaborando um conjunto de ideias e propostas. Como resultado de experiências de quase três décadas de práticas militantes, essa filosofia exerce, no movimento, a função de dar sentido às ações, para que estas cumpram um papel social, político, ambiental e cultural. Para tanto, o SF assume o caráter de movimento social que propõe ideias e valores sobre a prática alimentar que se oponham à ordem vigente e também assume uma postura prática, ao desenvolver projetos de empreendedorismo social/comercial.

Consideramos o SF como um movimento social que atua em torno de duas lógicas: a lógica política, na qual trabalha a 'filosofia' do movimento, e a lógica empreendedora, pela qual lida diretamente com os projetos de produção e consumo. Esta característica do movimento de inserir-se em duas lógicas distintas garante a sua originalidade. O SF é um movimento que se encaixa entre os Novos Movimentos Sociais, mas ele apresenta um aspecto original em relação a estes movimentos por se inserir na esfera da produção/consumo. A originalidade do SF é decorrente de sua habilidade de mesclar estas duas lógicas - a política e a comercial.

Neste capítulo, argumentamos que o SF realiza o “empreendedorismo politizado”, já que promove o empreendedorismo e, simultaneamente, defende a politização da prática alimentar. Ou seja, uma prática empreendedora permeada por ideias e valores que ultrapassam a mera lógica de acumulação e competição. O “empreendedorismo politizado” é levado a efeito por pessoas com habilidade crítica que se opõem criativamente às condições políticas e econômicas das práticas alimentares dominantes, fundamentalmente, influenciadas pela indústria alimentar. O que chamamos de

“empreendedorismo politizado” do SF não se confunde com práticas empreendedoras das empresas do setor alimentar, que atuam em grande escala, uniformizando o gosto e as práticas de consumo, visando ao alto retorno financeiro. O empreendedorismo politizado é um meio de preservar um contexto cultural e ambiental nas localidades onde se implementa.

Buscaremos explicitar o componente político das variadas ações do SF com o intuito de evidenciar que o empreendedorismo que esse movimento promove se diferencia do empreendedorismo “convencional” e o distingue de outros movimentos sociais. No discurso, o SF defende que a dimensão empreendedora está subordinada à filosofia do movimento, pois esta é o seu eixo e sua principal preocupação. Neste capítulo, iremos analisar como esse discurso se efetiva na prática, a partir de seis entrevistas com pessoas que trabalham no Escritório Internacional. A análise intenta elucidar os possíveis conflitos existentes e o posicionamento desses líderes em relação a eles.

O SF concentra importantes atividades político-administrativas no Escritório Internacional, localizado em Bra, na Itália. Os documentos oficiais do SF traduzem de forma amadurecida o sentido das ações alimentares criados no tempo do Arcigola e a gestão do Escritório Internacional é orientada por estes documentos. Os funcionários do Escritório Internacional gerem o movimento globalmente e grande parte das decisões são tomadas por eles.

### 3.1 O EMPREENDEDORISMO SUBORDINADO AO MOVIMENTO SOCIAL: EMPREENDEDORISMO POLITIZADO

Como foi mencionado, Janet Chrzam (2004) destaca a politização do movimento ao ressaltar a necessidade de que o consumidor saiba de onde vem seu alimento, como foi processado e vendido. Afirma que é um direito do consumidor saber sobre os processos políticos da produção alimentar. Esta ideia se observa na entrevista dada pelo Diretor do Cone Sul do Escritório Internacional. Este Diretor assinala que se preocupa com o fato de que os Convívios estejam interessados somente em fazer jantares com produtos de qualidade e vinhos italianos. Chama a atenção para que as conversas durante as refeições não se restrinjam aos aspectos técnicos da gastronomia refinada, mas que se voltem às questões sociais de produção e consumo, ao interesse em saber de onde vêm, por quem são produzidas e sob quais condições.



Esta observação salienta a divergência de percepção e práticas entre os membros do movimento. A reunião para a degustação de produtos com sabores refinados não é vista por esse Diretor como uma prática condizente com o SF. Esta fala do diretor também mostra como o SF considera um caráter político o simples ato de sentar-se à mesa para degustar um bom alimento. Como afirma Chrzan, o paladar pode ser treinado para apreciar um tomate que passou por uma produção sem agrotóxicos, em lugar de um molho de ketchup, cujo processo produtivo é industrializado e com sabores artificiais. Portanto, o reconhecimento, pelo paladar, de que o primeiro tomate é mais saboroso e mais apreciado se configura num ato político ao se desdobrar numa escolha de compra, que se situa dentro de uma relação diferente com os produtores. Assim, a preferência de gosto por um produto não industrializado se apresenta como uma construção social com efeitos políticos na produção alimentar.

Esse efeito político é ressaltado por Sassatelli (2006), quando reconhece no movimento a defesa de que o consumo é um ato político e a escolha alimentar é uma escolha política. Como foi dito, autores como Stephen Schneider (2008) e Labelle (2004) acentuam que o movimento defende a tradição, a sustentabilidade, a biodiversidade e a justiça social. Entretanto, na entrevista com o Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, podemos detectar divergências entre o discurso do movimento e a prática. O entrevistado declara que as ações do SF não se limitam às práticas comerciais.

Ao falar sobre os pedidos de ajuda dos pequenos produtores para seus empreendimentos, ele refere:

Slow Food me ajude a salvar nosso produto. Ajudo, tudo bem, mas, de outra parte, ajude-nos a fazer crescer a rede. Porque o nosso projeto é maior do que o pequeno produto. É um projeto de mudar a agricultura no mundo, garantir a sustentabilidade, contra a agroindústria e o OGM. Este é o nosso projeto. Então, salvar o baru é belíssimo, mas é um pedaço de um projeto maior (informação verbal)<sup>24</sup>.

Essa afirmação do Presidente ilustra a disputa entre a proposta do SF e a maneira como as pessoas a colocam em prática. O Presidente

---

<sup>24</sup> Entrevista concedida pelo Presidente da Fundação Slow Food em fev. 2013. Entrevistador Manuela Alvarenga do Nascimento.

assegura que o objetivo do SF tem pretensões macro e os agricultores estão preocupados em garantir o seu produto. Quando o Presidente fala “esse é o nosso projeto”, ele fala em nome do SF, alegando que a compreensão da comercialização de produtos em risco, como parte do amplo projeto do SF, é condição para participar do movimento. Mas isto não seria bem compreendido pelos produtores, de acordo com o entrevistado.

Identificamos, desta maneira, uma disputa de poder entre os significados e práticas defendidos por este Presidente e alguns produtores locais. Quando ele orienta “te ajudo a salvar seu produto e você me ajuda a aumentar a rede”, para o entrevistado, cria-se um espaço de negociação, como se não fosse interesse do produtor fortalecer a rede, mas garantir seu próprio sucesso na produção. Então, existem significados e interesses diversos na realização do movimento, e o Escritório Internacional precisa negociar com seus membros para concretizar sua posição. O Presidente enfatiza a dificuldade em se processar esta negociação.

De acordo com Raynolds (2002), o que parece ser essencial para o progressivo potencial das redes alternativas é o constante questionamento das mentalidades tradicionais nos negócios e a promoção de alternativas. Para tanto, os participantes precisam estar engajados para rever seus próprios padrões de compreensão do comércio e incorporar valores e visões que não se voltem simplesmente para o fortalecimento comercial. Ponderamos que as “mentalidades tradicionais” mencionadas por Raynolds decorrem da lógica da acumulação e competição e as dificuldades que o SF enfrenta são fruto destas mentalidades ainda muito presentes entre seus membros.

Em relação à percepção sobre os membros do SF, a Diretora do Núcleo responsável pela América Latina (AL), em sua entrevista, revela que ela tem uma visão de homogeneidade. Segundo esta Diretora, o público consumidor de produtos promovidos pelos SF não é visto como sendo constituído por uma elite, mas por pessoas que conhecem a qualidade dos produtos e estão interessadas em informações sobre sua procedência, as técnicas de produção e em conhecer aquelas que os produzem. Além disto, segundo a Diretora, tais pessoas também estão dispostas a pagar um pouco mais. Em suas palavras, “é um mercado de privilegiados”, pois pagam um preço justo por um alimento artesanal e de qualidade.

Esta demonstra uma concepção dos consumidores como algo homogêneo, não levando em conta que as práticas de consumo são complexas, localizadas no espaço e no tempo (OOSTERVER et al.,

2010). Os conceitos de ego-trip e ecological-trip de Guillon e Willequete (2003 apud GUIVANT, 2003) demonstram que a realidade social está composta por consumidores que entendem e vivenciam o consumo de maneiras diferentes. Quando fala que “é um mercado de privilegiados”, a entrevistada parece se referir a esses consumidores como se fossem semelhantes em termos de ideias e hábitos de consumo. Entretanto o consumidor pode frequentar feiras e/ou supermercado, pode comprar o produto pelo requinte de sabor e não ter preocupações com a justiça social.

Chrzan (2004) interpreta o SF como um “corretor de informação” entre produtor e consumidor, assim como um ente que garante os métodos de produção e qualidade dos produtos. Segundo ela, “esta é a principal força do SF: a habilidade de manter as conexões da rede para criar e sustentar um mercado de eco-amigos” (p. 124, tradução nossa). A mesma ideia está expressa em todos os entrevistados do Escritório Internacional, quando reportam que uma característica importante do SF é a sua habilidade em pôr em contato pessoas de diferentes origens sociais e fazer com que atuem em parceria. Segundo os entrevistados, esta é a grande força do movimento. A Diretora do núcleo para a AL esclarece que o papel mais importante do SF é a capacidade de articulação, tanto em nível local quanto em nível regional ou internacional. Segundo ela, o SF tem uma rede internacional de técnicos que trocam ideias e experiências. Então, o apoio que o movimento pode oferecer à população local é decorrente de uma experiência global que precisa ser adaptada a cada realidade.

Podemos entender esse mecanismo de ação do SF como uma rede na qual atores - e os fluxos materiais - desenvolvem estratégias de interação. Os profissionais que atuam como técnicos no SF, juntamente como os agricultores e demais membros da rede, articulam conhecimentos científicos, conhecimentos tradicionais e práticas de produção e consumo alimentar. A análise de como essa rede se configura é um aspecto central desta pesquisa.

Há um discurso, tanto de estudiosos como dos dirigentes do SF, que confirma a articulação e a capacidade de vincular pessoas dentro do movimento. Para a análise de como essa rede se concretiza, parece-nos apropriado abordar a teoria do ator social de Long. Dentro do SF, existe uma distinção nítida entre o campo social dos produtores e o campo social dos “profissionais especializados”. O conceito de campo social faz referência à distribuição de recursos e informações dentro da estrutura social, é um conceito rígido. Dentro do campo, circulam ideias, valores e percepções de mundo que são difíceis de detectar os limites,

formando-se o domínio social. No caso do SF, ainda que os membros do campo dos produtores se juntem com os membros do campo dos “profissionais especializados”, formando um domínio social, essas pessoas estão posicionadas em campos sociais em que o acesso à informação e aos recursos materiais é diferente. Existe, portanto, uma tendência a que os interesses dos membros no Slow food divirjam. Assim, a posição dos atores em cada domínio e campo social será fundamental para compreendermos como os participantes interpretam o Slow Food e os interesses que há nele. Esta é a questão fundamental do capítulo 5, que analisa o Slow Food Pirenópolis.

Nessa mesma entrevista, o Presidente reforça que, ainda que seja presidente da fundação que foi criada com o intuito de desenvolver projetos empreendedores, esta fundação faz parte do movimento em seu todo e objetiva concretizar ideias políticas. O Presidente elucida ter uma preocupação de que as questões políticas do movimento não estejam sendo bem compreendidas pelos participantes dos projetos.

De acordo com o Presidente da Fundação para a Biodiversidade, um dos grandes problemas no SF não é o valor a pagar pela adesão ao movimento, mas, sim, a adesão à ideia, à rede Slow Food. Em suas palavras:

Aqueles que vêm ao Terra Madre em Turim podem talvez fazer uma ideia melhor do que é o *Slow Food*, ou seja, que não é algo ligado somente ao projeto, mas um fluxo de informações que pertencem a uma rede, e você também pertence a uma rede. E se você não se sente pertencente a uma rede, isso também não é bom para o projeto. E essa é a dificuldade e não só do Brasil, mas ali particularmente (Informação verbal)<sup>25</sup>.

Pela sua afirmação de que um dos grandes problemas é a adesão às ideias do SF, vemos que esse Presidente reconhece que há uma divergência de compreensão do movimento e um receio de que haja oportunismo e distorção das ideias, e isto é um problema para o SF. Então, o discurso do SF, de ser uma rede global que luta pelo alimento “bom, limpo e justo”, não existe, pois os líderes apontam conflitos internos para os quais eles mesmos não oferecem solução. O Presidente menciona que há uma melhor compreensão por aqueles membros que

---

<sup>25</sup> Entrevista concedida pelo Presidente da Fundação Slow Food em fev. 2013. Entrevistador Manuela Alvarenga do Nascimento.

saem de suas localidades e viajam à Europa para participar do evento Terra Madre. Entretanto, como os participantes do Terra Madre são um número reduzido entre o total de seus membros, esta não parece ser uma solução para o problema.

Outro problema apontado em entrevista diz respeito à forma de participação no movimento. O Presidente menciona uma deficiência na capacidade de iniciativa dos associados. Em relação a isto, o Presidente da Fundação se refere à formação de uma associação:

O Slow Food não é uma ONG, não é uma instituição humanitária, não é um ente das Nações Unidas, é uma associação. E a coisa mais difícil de explicar é que o projeto no território, que nasce sempre do ‘input’ do território, depois de quinze anos fazendo projetos, chegamos a uma conclusão de que, se não existe uma realidade de associação do Slow Food no território, que funcione, ainda que seja pequena, mas que funcione, é muito difícil de manter o projeto. E isso vale tanto para a África, como para o Brasil, a Índia ou a Europa (Informação verbal)<sup>26</sup>.

O Presidente tem uma posição de que os associados precisam desenvolver seus próprios projetos autonomamente, organizar-se entre si e levá-los adiante sem depender do Escritório Internacional. Mas, por outro lado, ele observa que há uma grande incompreensão por parte dos membros da filosofia do SF e dos seus objetivos. Quando ele declara: “se não existe uma realidade de associação no território”, advoga que a associação deve ser um grupo de pessoas que compreendam a filosofia e se mantenham unidos em vista disto.

Uma questão relativa ao deslocamento de conceitos presentes no discurso do Presidente para outras localidades é sobre o território. A identidade territorial que se formou na região norte da Itália é resultado de um longo processo de urbanização que remonta à época feudal. Nesta região, consolidou-se uma identidade alimentar, cultural e de tradições condizentes com sua história. A associação, no território italiano, tem raízes antigas e seu deslocamento para outras localidades passará por um processo de tradução do contexto local. A fala do Presidente aponta

---

<sup>26</sup> Entrevista concedida pelo Presidente da Fundação Slow Food em fev. 2013. Entrevistador Manuela Alvarenga do Nascimento.

que esta tradução encontra dificuldades no Brasil e em outros países, e isto é um problema que eles não conseguem resolver como movimento.

Como vimos, o Presidente fazia parte do grupo do Arcigola que se reunia para fazer refeições prazerosas e discutir política. Esta é sua referência: a associação que expressa tanto a capacidade de reflexão crítica como de tomar iniciativas para construir novos padrões de práticas alimentares. Ele esclarece que a prática associativa é um aprendizado decorrente da experiência e se o grupo local que simpatiza com a filosofia do SF, não tiver essa experiência ou não fizer esforço para desenvolvê-la, o movimento não se enraizará. Na prática, a dificuldade de “adesão à ideia”, mencionada pelo Presidente, é uma situação que explicita uma dificuldade do movimento de formar uma associação. Portanto, o deslocamento do SF para contextos distantes da Itália, após um período de cerca de 40 anos, traz problemas ainda não solucionados.

Segundo a Diretora, a capacidade de associação é fundamental, pois se supõe que, entre os associados, existam ideias e valores sobre as práticas alimentares compartilhados e que atuam em função deles. Os agricultores, antropólogos, publicitários, comerciantes, funcionários públicos, nutricionistas, que participam do movimento formam um domínio social específico no qual circula uma série de valores, percepções e ideias que irão atuar junto com os agricultores no sentido de viabilizar a produção e o consumo de seus produtos. Como os entrevistados insistem, o movimento disponibiliza aos seus membros uma “rede de facilidades” em termos de contatos profissionais, conhecimento técnico, motivação, que podem ser usufruídos pelos participantes, mas, para tanto, é necessário que estes tomem a iniciativa. Por exemplo, um agricultor “convencional” que se interesse em começar uma produção orgânica e inserir seus produtos num mercado específico, se entrar em contato com o SF, conseqüentemente, entrará em contato com profissionais de diversas áreas que poderão dar-lhe alguma assistência para fortalecer suas atividades.

O discurso da Diretora, mais uma vez, revela que ela não incorpora os conflitos e dificuldades na realização dos projetos. Entretanto o Presidente não assume essa postura. Ele ressalta que a compreensão de o que é o SF é difícil também na Itália. O SF não realiza o projeto, ele faz um controle, dá visibilidade nacional para o produtor, verifica em que ponto está a consciência das pessoas. Ele argumenta que, neste ponto, a confusão é igual, tanto no Brasil como na Itália ou em qualquer lugar.

Podemos observar que o SF conseguiu grande expansão no decorrer dos anos, reuniu associados em diversos países, mas o movimento tem muita dificuldade em concretizar suas ações, principalmente por sua maneira de atuar, que não é bem compreendida. As práticas desenvolvidas nos tempos do Arcigola e que fundamentam os projetos atuais do SF não são incorporadas por todos os participantes.

O Diretor do Cone Sul reforça a posição do Presidente, quando reforça que o importante é que os produtores queiram fazer parte de um projeto e não receber um projeto, que ele explica ser a forma de atuar da cooperação internacional. O Slow Food:

É uma associação que trabalha com os produtores e promove a comunicação entre o campo e a cidade, os produtores e os consumidores. Essa é a força. Como faz com a rede, colocando as pessoas em rede e, os que sabem se comunicar, sabem utilizar as ferramentas que damos, tem bons proveitos, as outras, que nos tratam como os funcionários da cooperação, que esperam, que não sabem o que fazer, ao final, o projeto fica frouxo e morre. (Informação verbal, tradução nossa)<sup>27</sup>.

O Diretor, nessa situação de dificuldade de fazer-se entender pelos seus associados, assume uma postura de deixar de lado. Ou seja, se as pessoas sabem como levar o projeto adiante de acordo com a proposta do SF, o projeto vai em frente, se não, ele não pode fazer nada a respeito.

Segundo o Diretor, a rede é a grande força do SF e a única forma como pode trabalhar no mundo inteiro com tão poucas pessoas (funcionários do Escritório Internacional). Por exemplo, como já foi dito, são quatro pessoas encarregadas de um continente. Ou seja, nestas condições seria impossível fazer todas as atividades desde a Itália, com esses recursos e estrutura tão pequenos. Então, por estas razões econômicas e políticas, o SF se coloca como uma rede. O Diretor pensa que as duas fortalezas são: a flexibilidade (para se adaptar em qualquer território) e disponibilização de ferramentas para as pessoas, como acesso na página da net, acesso a contatos variados e motivação.

Por isso, o Diretor assinala que, se abrem uma Fortaleza e as pessoas do lugar não fazem nada, nada acontece, porque ele volta a seu

---

<sup>27</sup> Entrevista concedida pelo Diretor do Cone Sul da Fundação Slow Food em fev. 2013. Entrevistador Manuela Alvarenga do Nascimento.

escritório em Bra, com “quinhentos *e-mails* para responder e muitos outros projetos para dar seguimento” (Informação verbal). Ou seja, o Diretor vai no local, conhece as pessoas. Em conjunto, formalizam a Fortaleza, mas depois, ele volta para a Itália de onde gerencia inúmeras outras Fortalezas, eventos, Arca do Gosto em todos os países dos quais é responsável.

A preocupação dos membros do Escritório Internacional não é oferecer as estruturas (físicas, organizacionais, políticas) que irão tirar as pessoas de uma situação de pobreza, O SF não assume esse tipo de responsabilidade, pois delega estas iniciativas de conquistas materiais aos próprios participantes. Como não tem recursos para oferecer a todos os participantes, conta com a politização e iniciativa destes últimos para realizar os projetos.

Neste item, identificamos uma distância entre o discurso do SF no Escritório Internacional, e as práticas locais. Suas atividades não focalizam em todos os contextos locais, mas só naqueles que se reconhecem como sendo um “bom” projeto. O SF reúne mais de cem mil associados pelo mundo, mas não são todos que têm a orientação dos funcionários do Escritório Internacional.

### 3.2 FLEXIBILIDADE INSTITUCIONAL: UM CAMINHO PARA O EMPREENDEDORISMO POLITIZADO

No SF, a gestão assume uma conotação política, na medida em que ela é usada como mecanismo para alcançar suas propostas políticas. Como os membros do SF se propõem a atuar tanto no campo político como no empreendedor, a sua estrutura administrativa responde a essa ideia.

O SF possui uma flexibilidade institucional a qual permite que, pela experiência, o movimento vá se organizando de maneira a encontrar mecanismos de gestão que possam viabilizar sua proposta de “empreendedorismo politizado”. Assim, pela experiência de gestão, vão dando os contornos da organização institucional de forma que esta possibilite a realização prática de sua filosofia, como veremos nas entrevistas abaixo.

Existe uma divisão interna ao SF, em que Associação Slow Food Internacional cuida da gestão dos sócios e da filosofia. E a parte de projetos é de responsabilidade da Fundação para a Biodiversidade. Entretanto alguns projetos podem ser financiados pela Associação, por meio do Convívio (de educação, por exemplo), então, segundo o Diretor, depende muito de cada situação. Mas a divisão formal entre as



responsabilidades da Associação (sócios nos Convívios) e a Fundação para a Biodiversidade (projetos) existe.

Há uma divisão interna que separa as práticas do movimento social das práticas de empreendedorismo. As primeiras priorizam a defesa de ideias que fazem frente aos padrões de produção dominante, entrando num cenário de disputa política e ideológica. Institucionalmente, esta parte fica sob responsabilidade da Associação Internacional Slow Food. As práticas de empreendedorismo comercial ficam a cargo da Fundação Slow Food para a Biodiversidade.

De acordo com o Diretor, a divisão de funções desse escritório, até fins de 2012, seguia essa divisão. Ele cuidava da parte dos projetos (Fundação para a biodiversidade) e a Diretora do Núcleo para AL cuidava da Associação Internacional. Entretanto, no próprio desenvolvimento das atividades, eles viram que essa divisão era inviável, pois, por exemplo, ao viajar para o México para tratar das questões das Fortalezas, por centrar-se somente na parte de projetos, o Diretor não tinha conhecimento da existência de um Convívio no mesmo local. Portanto, hoje, cada um cuida de um país, com todos os projetos e convívios que existem ali.

A técnica do Cone Sul informa que seria necessário fazer pontes entre o movimento e os projetos. Esta afirmação é emblemática da característica do SF, de atuar tanto como movimento quanto como empreendedor. O “movimento” representa a filosofia do “bom, limpo e justo”, as ações que pretendem difundir a ideia, e o Convívio é o órgão local que se responsabiliza por isto. O “projeto” das Fortalezas representa o empreendedorismo. Aqui, podemos detectar que havia, na própria gestão do movimento, uma separação entre o domínio social dos produtores – que realizam os projetos (Fortaleza) – e o domínio social das pessoas que têm afinidade com as ideias do movimento, as quais, em geral, são escolarizadas e de classe média (Convívio).

Na prática, os membros do Escritório Internacional perceberam que sua maneira de organizar suas atividades estava criando uma profunda divisão entre sócios e produtores - ou seja, entre o movimento social e o empreendedorismo. E isto era prejudicial para alcançar seus objetivos políticos, pois o movimento precisaria promover a integração de seus membros para fortalecer sua presença na sociedade, e esta integração é muito mais forte, ultrapassa diferenças estruturais da sociedade e une produtores e profissionais especializados num único propósito.

Ainda nesse processo de adaptação organizativa, o SF, atualmente, quer fazer com que as pessoas que estão somente nos

projetos (colaboram com a Fundação) passem a ser sócios da Associação. Até o momento desta pesquisa, os agricultores que participam de projetos como as Fortalezas não são formalmente membros do movimento SF. Ou seja, há uma divisão institucional entre os membros do movimento (Associação) e os participantes de projetos.

A estrutura organizacional do SF – Convívios, Fortalezas – promove uma separação entre seus membros. De maneira geral, os participantes dos Convívios são profissionais escolarizados, pertencentes à classe média, como professores, engenheiros, gastrônomos. As pessoas que participam dos projetos são, em sua maioria, agricultores. Assim, percebemos que, embora o SF favoreça o contato entre diferentes domínios e campos sociais, sua estrutura organizativa tende a reproduzir essa distinção. Esta é uma preocupação que gera discussões internas. Observamos que existe o reconhecimento por parte do Escritório Internacional que sua maneira de atuar leva ao estabelecimento de distinções dentro do SF por critérios econômicos e culturais. Ou seja, eles sabem que o produtor mais pobre não consegue pagar a taxa de adesão e não se sente como parte de um movimento social.

Segundo o Diretor, estão pensando em formas de fazer com que os participantes de projetos sejam sócios, ainda que não possam pagar a cota de adesão. Uma forma seria criar um tipo de filiação chamada “Filiação a projeto”, com a qual o indivíduo receberia a carteirinha do SF e poderia se sentir parte do movimento.

As formas de adesão, que variam em “tipo de filiação”, carteirinha e todos esses procedimentos burocráticos, são mecanismos de controle do Escritório Internacional, que lhe permite exercer um poder disciplinar sobre os membros. Como diria Foucault (1984), o poder disciplinar é mais potente quando atua por meio de instrumentos administrativos e usa as tecnologias modernas para tornar os indivíduos reconhecíveis e calculáveis. Como os próprios entrevistados relatam, todas estas separações internas (membros de projetos, sócio de convívios) limitam o “sentimento de pertencimento” das pessoas no movimento e, consequentemente, estas não se sentem como parte de um grupo e capazes de tomar decisões, sem antes consultar os seus “superiores”.

Nesse aspecto, parece-nos que o SF não consegue reconhecer as inúmeras formas de opressão difusas na sociedade. O que detectamos é que, ao estabelecer essas tipologias de inscrição burocrática, contribui para reforçar o que Max Weber chamou de “gaiola de ferro”, isto é, um tipo de dominação burocrática, baseada na eficácia das normas e regras,

que exerce uma coercitividade disciplinar e visa minimizar a forma humana na sua capacidade de resistência e contestação (WEBER, 1999). Ao estabelecer “taxa de adesão” e “carteirinha”, o SF parece estar querendo impor “ordem” e disciplina entre os associados, controlados pelos funcionários do Escritório Internacional.

Nesta posição, SF utiliza dispositivos burocráticos para manter a “ordem legítima”, fundamentada na racionalidade e no estatuto legal que precisam ser respeitados pelo grupo (WEBER, 1999). Neste contexto, em que os grupos são formados por agricultores africanos, americanos ou brasileiros, a imposição de pagar taxa e fazer carteirinha com foto revela um mecanismo de controle e autoridade sobre os participantes, assentado numa racionalidade instrumental burocrática.

No que diz respeito à sua institucionalização formal – Associação Internacional e Fundação Slow Food para a Biodiversidade –, o que possibilitou o SF de se constituir dessa forma foi ter como eixo a sua filosofia, porque somente as ideias são flexíveis o suficiente para assumir diferentes formas institucionais e orientar inúmeras práticas sem serem descaracterizadas.

### 3.3 O EMPREENDEDORISMO POLITIZADO: INTERAÇÃO COM O GOVERNO E AS POLÍTICAS PÚBLICAS

Podemos visualizar como o aspecto político permeia as ações. A Técnica responsável pelo Cone Sul, quando se refere ao projeto Arca do Gosto e ao processo de formação do catálogo da Arca do Gosto no Chile, pondera que “a ideia não é somente compor um catálogo internacional para mostrar, mas usar como instrumento de pressão política” (informação verbal)<sup>28</sup>.

Nessa frase, a Técnica explicita que o SF não publica um catálogo de produtos para fomentar a comercialização elitista de produtos refinados, fortalecendo o “status” de quem consome e a distinção social. Pelo contrário, o SF segue com a experiência do Arcigola, que buscava critérios organolépticos, sociais e ambientais para a criação do catálogo e, assim, incrementar a comercialização de produtos específicos, tradicionais, com justo retorno para a comunidade produtora.

Assim, quando a Técnica informa que o catálogo não é ‘para mostrar’, quer dizer que não é para mostrar à sociedade o trabalho bem

---

<sup>28</sup> Entrevista concedida pela técnica responsável pelo Cone Sul em fev. 2013. Entrevistadora Manuela Alvarenga do Nascimento.

feito que o SF é capaz de fazer, usando-o como guia de bons produtos para a elite. Na maneira como ela entende, o SF faz esse tipo de trabalho com o intuito de usá-lo para pressionar os governos a fazer algo para protegê-los e às suas comunidades produtoras. “Um tipo de *lobby*”, ela diz.

Segundo essa Técnica, na Argentina o trabalho da Arca do Gosto é muito bom, porque a Comissão é muito ativa. Ela também levanta a possibilidade de apresentar o trabalho final ao Ministério da Agricultura da Argentina. Aqui, mais uma vez, constatamos que o SF desenvolve projetos pensando em sua utilização política posterior. Os projetos que se realizam aparentemente fora do âmbito político, como uma catalogação de alimentos, são usados como instrumento de conscientização política. Paralelamente às práticas empreendedoras, o SF desenvolve ações de levar aos formuladores e executores de políticas públicas as suas ideias a respeito das práticas alimentares.

De acordo com essa funcionária, o projeto “Mil hortas na África” é essencialmente político. Segundo a entrevistada, este projeto, apesar de ser um grande projeto, é pouco para o tamanho da África, então, o efeito dele é muito mais de enfatizar e fortalecer a ideia do SF de que a África tem potencialidades e capacidade de garantir sua soberania alimentar.

O movimento desenvolveu inúmeras facetas políticas diversas, explicitando o caráter variado das ações neste campo. O reconhecimento de espécies nativas e o fortalecimento da identidade gastronômica nacional são caminhos de fortalecimento político. Essa Técnica aponta a gastronomia como uma potencialidade política na América Latina. O Peru, a Colômbia e a Venezuela, hoje em dia, estão mostrando suas identidades gastronômicas para o mundo, ela menciona. Os próprios *chefs* estão se dando conta disto. E estão ampliando sua consciência social. Por conseguinte, pode alcançar os produtores e trazer melhorias.

Ainda segundo a Técnica, no Cone sul a ideia é que o SF possa trabalhar politicamente a questão dos transgênicos. Na Argentina, Uruguai, Paraguai e Chile, há pessoas que querem trabalhar nas bases legais e apresentar propostas de lei que incluam a rotulagem, a garantia dos direitos dos consumidores de saber o que consomem e o poder de escolha.

Como foi exposto, o SF conta com recursos financeiros de instituições governamentais para realizar seus projetos. A atuação do SF está, quase sempre, vinculada às instâncias políticas formais. Esta é uma característica que o movimento traz desde os tempos do Arcigola. Esta é uma estratégia de inserção do movimento na sociedade e de realização

de seus projetos. O SF procura realizar conexões entre organizações da sociedade civil, instâncias públicas e iniciativas privadas.

Por questões de recursos e financiamento, as ações do movimento podem se limitar. Nos últimos anos aumentou muito o número de fortalezas na África, mas na América Latina isto não se verificou. A Técnica entende que isto se deve ao fato que a União Europeia doa muito recurso para a África, assim como a FAO.

Como forma de contornar essa situação, a Técnica pensa que, no caso do Chile, o governo chileno, como Ministério da Agricultura e o Ministério do Turismo, têm recursos, a questão é como utilizá-los. Ela pensa que o SF pode fazer pressão para que parte deles seja utilizada para esses projetos. É um trabalho de *lobby* político. Ela presume que pode ser que a visibilidade do SF nessa região não seja boa e precise aumentar.

Os recursos públicos fazem parte do orçamento do SF, e a falta deles compromete a realização de projetos. A Técnica vê como dificuldades a falta de recursos europeus. Atualmente, a Europa está direcionada para a África, portanto, o SF tem que pensar em como trabalhar. Ela aponta que uma forma é envolver os governos locais no apoio econômico para a abertura das Fortalezas, porque estas fortalecem o território pelo comércio, pela imagem do território e o turismo. As atividades que as Fortalezas requerem, como a capacitação, a participação em eventos, etc., precisam do apoio das autoridades locais. Ela considera que devem trabalhar muito para conscientizar os governos tanto no nível nacional como no local, para que canalizem seus recursos para promover os territórios.

Denotamos aqui como a busca por recursos do SF define a forma como ele mobiliza conhecimentos científicos sobre espécies biológicas, conhecimentos tradicionais, a participação da sociedade civil no levantamento das espécies e desenvolvimento de um discurso político voltado para pressionar os governos.

Nessa mesma linha de raciocínio, a Diretora do núcleo ressalta que a ideia da Fortaleza é construir raízes no local mediante uma inserção tanto com as instâncias públicas como privadas, e promover a articulação entre os diversos atores. Segundo ela, este é o objetivo das Fortalezas: promover a sociedade local por meio do fortalecimento do produto. Para tanto, é essencial que haja o envolvimento de toda a sociedade, ou seja, o governo, os produtores, o comércio e os consumidores.

Ademais, a ideia de associativismo está presente na fala destes entrevistados, tendo como referência a experiência italiana. Entretanto

existe dificuldade em se colocar essa proposta em prática em locais fora da Itália.

Segundo a Diretora, na Itália, é mais fácil estabelecer conexões entre os diferentes atores. A maioria dos prefeitos conhece o SF e pensa que ele traz uma importante contribuição nas estratégias de desenvolvimento territorial, pois tem experiência com o alimento de qualidade e ajuda no apoio aos produtores tradicionais. Segundo ela, esses governos já têm a consciência do valor da produção tradicional e, então, o SF não precisa ter muito trabalho no convencimento das autoridades.

Essa exposição, mais uma vez, remete-nos à questão da identidade territorial que se constituiu historicamente na Itália.

A Diretora cita o caso da Fortaleza da Botarga de Orbetello, na região da Toscana, como exemplo de um caso exitoso. E o que ela ressalta como mais importante é a conexão entre os atores, que são o Convívio, a cooperativa de pescadores, empresa que eles formaram, e as instituições públicas. Para ela, é importante apoiar tanto a parte de articulação como de promoção dos produtos.

O Orbetello é um produto caro, porque são ovos de um peixe que precisa de diferentes técnicas caras para produzir. Além disto, a produção é complicada e desgastante. Além dele, produzem outros alimentos. Os membros da Fortaleza conseguiram promover o produto juntamente com o território e isto é fundamental. Quando a Fortaleza consegue se firmar, uma de suas consequências é a referência do produto, que é de um determinado território, então, este território ganha visibilidade e, conseqüentemente, força política.

Além da produção, eles implementam um projeto de preservação da lagoa de Orbetello, onde produzem a botarga. A cooperativa de pescadores também criou um restaurante e estão se vinculando ao turismo e organizando passeios em barco. Segundo a Diretora, lá o processo deu certo e, atualmente, eles participam de muitas atividades de nível local e regional. Por exemplo, pescadores do Chile passaram uma semana em Orbetello para fazer um curso de formação com eles. Posteriormente, os pescadores de Orbetello foram para a China e agora estão trabalhando com um grupo de mulheres que produzem a botarga em Mali, na África.

Essa Fortaleza do Orbetello conseguiu estabelecer boa relação com as instituições públicas e com o governo local, além de bom intercâmbio com outros grupos de pescadores. Está formada por pessoas ativas, unidas e que aproveitam as possibilidades de adquirir conhecimentos, ampliar contatos e fortalecer seu empreendimento.

Já como exemplo de Fortaleza brasileira que soube aproveitar os recursos oferecidos pelo SF, a Diretora citou o caso da Fortaleza do Umbu. Segundo ela, neste caso, houve destaque para o esforço e a organização das mulheres. Elas começaram a se conscientizar e, de início, foi muito difícil. Elas sofriam com vários tipos de problemas, como violência, machismo, conflitos entre elas, ou entre elas e os maridos. Além disso, não tinham quase nenhuma experiência no comércio e não sabiam coisas básicas, como enviar produtos a lugares distantes. Dessa forma, as embalagens, muitas vezes, chegavam todas quebradas. Mas, mesmo assim, elas persistiram e entenderam que poderiam trabalhar bem, utilizando os recursos naturais, com os frutos que crescem facilmente com as quais poderiam desenvolver produtos, como geleias e compotas.

Com muito esforço e sabendo aproveitar as oportunidades que apareciam, elas conseguiram melhorar sua qualidade de vida, a independência econômica e como pessoas. Essas mulheres não contaram somente com o apoio do SF. Primeiro, tiveram apoio de uma ONG (alemã), construíram laboratório e também se articularam muito em nível local. Atualmente, são reconhecidas como mulheres trabalhadoras, realizam a Festa do Umbu anualmente. O umbu ficou reconhecido como produto do território e, nesta festa participa todo o município. Inclusive criaram uma banda conhecida como “Fortaleza do umbu”. A foto a seguir é do stand da Fortaleza do Umbu (esquerda) no Terra Madre 2012. Podemos distinguir três produtos derivados do umbu (compota, doce pastoso e geleia).

Foto 10 - Fortaleza do umbu - Terra Madre 2012



Fonte: Acervo da autora

As parcerias são aspectos chave na articulação da rede do SF. Por meio de sua filosofia ele se insere na sociedade e articula pessoas, recursos materiais, valores, conhecimentos. A maneira como essa rede se concretiza varia em cada caso. Como foi exposto, na Itália há um maior peso do território nesta articulação, assim, os governos assumem um papel importante. No Brasil, o caminho é outro, as ONGs têm um papel importante, pois são mais abertas aos valores propostos pelos SF e são menos enrijecidas pela estrutura burocrática do governo.

As duas Fortalezas mencionadas evidenciam que os caminhos para se alcançar o sucesso nem sempre se centram no envolvimento do governo local. No caso da Fortaleza italiana, o apoio do governo foi fundamental, mas, na Fortaleza brasileira, as mulheres buscaram apoio em ONGs. Ainda que tenham tido o suporte do governo local, este não foi o principal “motor”. Além disto, podemos observar que, nos dois casos, a articulação entre domínios e campos sociais diferentes é imprescindível para que todos os recursos – materiais, conhecimento, informação, influência política – fossem mobilizados no sentido de fortalecer o empreendimento. Seguindo a ideia de Brunori et al. (2011), as mulheres passaram por processos de reconstrução dos significados de



seu papel de mulher e enfrentaram todas as tensões sociais e políticas que esse tipo de empreendimento gera.

### 3.4 O EMPREENDEDORISMO NO SLOW FOOD: A REDE COMO MECANISMO DE SUPERAÇÃO DE DIFICULDADES

No campo da gestão de projetos, o SF assume uma postura muito próxima à lógica da administração empresarial. O movimento usa a filosofia para traçar os objetivos e procedimentos de realização de projetos e assume uma postura pragmática com pouca flexibilidade para interpretações. Como será mostrado, o movimento lança mão de sua rede para acompanhar o desenvolvimento dos projetos.

O SF é uma organização em que se condensam os múltiplos vetores de força que a atravessam. Esses vetores representam os interesses dos participantes. Assim, o Slow Food tem como proposta institucional seguir a filosofia do “bom, limpo e justo”, mas os pequenos produtores que desenvolvem os projetos têm desejos e interesses variados. Nesta organização, o Escritório Internacional irá zelar pela realização da filosofia. Ponderamos que as relações de poder, neste âmbito, se inserem tanto na intersubjetividade e na construção de significados como na objetividade das formas concretas, ou seja, “no domínio das coisas, da técnica finalizada, do trabalho e da transformação do real” (Foucault, 1995, p. 240). A partir da análise da entrevista com a responsável pela gestão das Fortalezas italianas, iremos mostrar como o SF negocia e se impõe aos pequenos produtores, usando os recursos de que dispõem.

De acordo com a Gestora, atualmente, o projeto das Fortalezas italianas é o maior de todo o SF. Hoje, existem 224 Fortalezas somente na Itália e cerca de 400 Fortalezas no mundo todo. Então, mais da metade está na Itália. Eles trabalham nisso desde o ano 2000 e já selecionaram vários produtores. Segundo ela, em outros países as Fortalezas não são tão fortes como na Itália, provavelmente porque as Associações Nacionais optem por outro tipo de projeto.

Os primeiros projetos de Fortalezas começaram com o apoio do Ministério da Agricultura italiano que contribuiu com os primeiros financiamentos para começar. O apoio governamental facilitava a adesão aos projetos. Posteriormente, o SF passou a privilegiar a instância política local por entender que as municipalidades estão mais aptas a fortalecer os vínculos entre a Fortaleza e o poder local.

O crescimento das Fortalezas, geralmente, é pedido pelos próprios produtores que conhecem que “veem outros fazendo isso e

enxergam nela um caminho de aumentar as atividades. Alguns, no começo, não entendem bem o que é o projeto. Eles pedem para o Slow Food regional e nacional, depois, pedem ajuda às autoridades locais para começar” (informação verbal)<sup>29</sup>.

A indicação é outra maneira de se iniciar um projeto. Neste caso, os membros de Convívio, ou líder, indicam para fazer uma Fortaleza. Isto é positivo para o SF, porque demonstra que seus sócios estão engajados, conhecem bem os produtores e as condições locais. Outra maneira de se iniciar um projeto são os eventos, como o Salone ou Cheese, etc., onde as pessoas se encontram e se mostram ao Slow Food. Não é somente o trabalho com os governos locais que faz o Slow Food forte.

Segundo a Gestora, para desenvolver esse tipo de projeto, é preciso criar uma associação para lhe dar suporte, com pessoas em várias áreas, que saibam bem sobre os projetos e sobre o tipo de produção necessária. “Devem ser boas na eleição dos produtores, e dar seguimento *in loco* aos projetos periodicamente. E se não existe esse tipo de associação, fortemente consolidado, é difícil dar andamento a um tipo de projeto como este” (informação verbal)<sup>30</sup>.

A fala da entrevistada revela um pragmatismo que leva à risca a filosofia do SF. Sob a administração desta gestora, não há muito espaço para interpretações da filosofia. Por exemplo, existe um formulário que estabelece os critérios de produção – técnicas, produtos a serem usados e espécies – que precisa ser conhecido e respeitado pelos produtores. A fiscalização se dá em parte pelos funcionários deste núcleo – três pessoas para toda a Itália – atuando com os responsáveis locais pelo projeto. Quando afirma que “devem ser boas na eleição dos produtores”, verificamos que ela se refere a um conhecimento prévio e detalhado sobre quem são os produtores, ou seja, saber se eles, além de conhecer e aceitar a filosofia do SF, são pessoas responsáveis, comprometidas e que respeitam as regras. Para tanto, é essencial que se conheça a trajetória de vida e as experiências desse produtor. Pela trajetória do SF desde o Arcigola, vimos o SF trabalhar constantemente com o fortalecimento de contatos e trocas de informações com esta rede de pessoas, as quais, de forma associada, viabilizam este projeto.

---

<sup>29</sup> Entrevista concedida pela Gestora das Fortalezas italianas em fev. 2013. Entrevistadora Manuela Alvarenga do Nascimento.

<sup>30</sup> Entrevista concedida pela Gestora das Fortalezas italianas em fev. 2013. Entrevistadora Manuela Alvarenga do Nascimento.

Nesse aspecto da gestão, detectamos o uso da gestora da rede sociotécnica. O SF usa seus contatos sociais e seus conhecimentos técnicos para assegurar que a produção e a comercialização sejam feitas de acordo com a sua filosofia. Para tanto, conta com uma rede de pessoas que compartilham sua filosofia para estar constantemente informando ao Escritório Internacional como os projetos estão se desenvolvendo.

Como o escritório está na Itália, podem gerir esses projetos com mais facilidade. Se há algum problema, eles vão ao local e resolvem diretamente. Neste aspecto, fica clara a maneira como o SF resolve conflitos e lida com as relações de poder: num primeiro momento, deixa-se nas mãos dos próprios membros a realização do projeto cotidianamente. Quando aparecem os conflitos que inviabilizam a sua continuidade dentro dos marcos do SF, os membros do Escritório Nacional aparecem e tomam as decisões necessárias. A execução destes projetos supõe uma constante disputa de poder em que o Escritório Internacional define as técnicas a serem utilizadas e os procedimentos a serem seguidos. Essas relações de poder agem sobre as ações dos produtores, limitando a sua liberdade de agir conforme seus próprios interesses.

Atualmente, contam com três pessoas no Escritório em Bra. Mas, no país, existem associações regionais e o Slow Food Itália é junção de todas. Para os projetos de Fortalezas, a associação regional nomeia um responsável e outras pessoas trabalham com ele. Por sua vez, cada Fortaleza fica sob a responsabilidade de alguém pertencente ao Convívio. Finalmente, desde Bra, estas três pessoas gerem todo o país, suas regiões e os vínculos da região com as localidades específicas.

Ela insiste que é um projeto muito específico e realmente precisa de uma pessoa somente para ficar encarregada dele. Não é como os outros projetos que a Associação cria. São necessárias pessoas que saibam de agricultura, de produção alimentar, como agrônomos ou veterinários, todas precisam ter experiência com este tipo de trabalho. No escritório, os três funcionários planejam, junto com os responsáveis regionais e de Convívios, quantas visitas devem ser feitas no local por ano. Se há algum problema e o responsável regional pensa que seja necessário uma nova visita, ele pergunta antes ao Escritório Internacional e, assim, eles podem controlar o que acontece.

O SF reúne conhecimentos técnicos, recursos financeiros, uma rede de profissionais qualificados dispostos a trabalhar a favor do SF. Essa rede atua da seguinte maneira: O Escritório Internacional gerencia, junto com o responsável regional, o responsável local (do Convívio).

Este responsável local lhes informa os acontecimentos cotidianos. Se ele tem algum problema e precisa de ajuda ou se deseja realizar um encontro, então, conta com o apoio dos responsáveis regional e do Escritório Internacional. Já, quando há uma proposta de um novo produtor para entrar na Fortaleza, realizam visitas e formulam o Protocolo de produção juntos.

Enfim, eles tentam manter o controle da situação das Fortalezas no país atuando junto com os responsáveis regionais e dos Convívios locais. Se os três funcionários do Escritório Internacional detectam algum problema, organizam visitas para checar o que está acontecendo. Isto pode vir a acontecer porque, desde o escritório, se explica o que é o projeto e como deve caminhar, mas podem fazer mudanças e sentir a necessidade de ir localmente ver como estão operando essas mudanças propostas. Assim, os membros do Escritório Internacional buscam estarem presentes no local tanto quanto possível para garantir que os projetos caminhem como o SF propõe. Seja pela demanda do local ou por perceberem, em algumas situações, que se precisa de um acompanhamento mais próximo.

Mais uma vez, podemos observar um intenso controle sobre as práticas locais, o que revela que, na prática, os funcionários do SF realizam uma constante disputa entre a “missão organizacional” e os desejos, interesses e representações individuais. Neste âmbito de empreendedorismo, o procedimento do SF é uma estratégia para não ter sua filosofia destorcida em função de interesses assentados em princípios de competitividade individualista.

Em determinados momentos, o SF se coloca como mediador entre os produtores e o governo. Este é o mecanismo de ação do movimento. Os profissionais especializados, associados do SF, também podem ajudar os produtores a conversar com as autoridades locais e explicar a suas necessidades de auxílio na produção. Para tanto, os membros do SF, juntamente com profissionais especializados e os produtores, analisam se o problema é proveniente dos produtores ou da autoridade local e contam com técnicos profissionais que os ajudam neste trabalho. Segundo a Gestora, esses profissionais são amigos do SF e este arca somente com custos de viagem e alimentação pelo trabalho. Algumas vezes, o Escritório não vai diretamente falar com os produtores. Primeiro, manda os técnicos (amigos/sócios do movimento) para ouvir destes o que está acontecendo. Depois, os membros do Escritório decidem o próximo passo a tomar.

Em situações problemáticas, os membros do Escritório recorrem constantemente aos profissionais especialistas antes de tomar alguma

iniciativa. Não se apoia os produtores em quaisquer circunstâncias. Primeiramente, os funcionários se informam, analisam a situação e depois se posicionam. Para isso, contam com apoio de outros atores sociais que não pertencem nem ao governo, nem ao grupo de produtores. Outro aspecto importante é que o SF procura agir dentro dos parâmetros legais.

Nesse contexto, o poder do Escritório Internacional é um poder constantemente negociado com os produtores. O movimento desenvolveu modalidades instrumentais de vigilância. Para tanto, o SF conta com o apoio de seus “amigos técnicos”, os quais usam seus conhecimentos como mecanismo de poder que legitima a posição filosófica do SF. Assim, averiguamos que o movimento lança mão de conhecimentos científicos para manter seu controle sobre os demais participantes.

A maneira de trabalhar do SF demonstra habilidade em viabilizar seus projetos lançando mão de todas as condições disponíveis na sociedade e com baixo custo. A capacidade de articulação do SF é fundamental nestes casos. Para fazer essa mediação entre os produtores e o poder público, contam com o apoio de sócios que são profissionais especializados em áreas específicas.

Aqui está um exemplo de como a construção desse domínio social irá ser um dos aspectos chave para o sucesso de seus projetos. Por atuar como um movimento social que defende ideias e valores sobre a prática alimentar, o SF realiza um convencimento de profissionais em ajudar na efetivação dos projetos dos produtores, os quais nunca viriam a se conhecer se não fosse pelo SF. Forma-se, assim, um domínio social a partir de valores, percepções e ideias comuns. Neste caso, os profissionais se disponibilizam a realizar esse tipo de trabalho, muitas vezes, sem remuneração. O SF articula a lógica política – por meio de sua filosofia – com a lógica empreendedora dos produtores. Esta é a maior habilidade do SF e a responsável pelo alcance dos objetivos a que se propõem.

Aqui, também, podemos visualizar uma integração entre diferentes domínios sociais em prol da causa do movimento. Há uma atuação voluntária entre profissionais de diversas áreas buscando usar sua influência para viabilizar os projetos. A Fortaleza se realiza por meio dessa articulação entre vários atores sociais, colocando a sua filosofia em prática. Vemos que o SF dialoga com as instâncias políticas formais e atua como um interlocutor que segue sua própria filosofia.

De acordo com a entrevistada, um problema frequente é em relação à associação, pois, geralmente, os produtores não querem

trabalhar juntos. Esta dificuldade pode decorrer, como menciona Raynolds (2002), das implicações sociais, políticas e culturais de se mudar as mentalidades tradicionais sobre os negócios<sup>31</sup>. De acordo com Karl Polanyi (2000), na economia de mercado, que se consolidou após a Revolução Industrial, a produção, a distribuição e o consumo são dominados pela atuação do mercado autorregulado com base no preço. Este deve garantir a simetria entre a oferta e a demanda das mercadorias.

---

<sup>31</sup> Existe ampla bibliografia que aborda o tema da gênese dos mercados sob diferentes perspectivas. Karl Polanyi (2000) defende que as economias pré-capitalistas estão enraizadas na tradição e na religião, mas a economia capitalista de mercados autorregulados não está. Segundo o autor, nas sociedades primitivas, a economia estava submetida e enraizada nas relações sociais. Nesse contexto, o sistema econômico era dirigido por motivações não econômicas, assim, não havia uma busca incessante pelo lucro, mas, sim, a necessidade de cumprir as exigências sociais e garantir o patrimônio social. Os princípios de reciprocidade e redistribuição garantiam a ordem na produção e distribuição de valores de uso. Entretanto defende que uma economia sem lucro e sem mercado não precisa ocorrer em sociedades simples, citando o caso do reinado de Hamurabi na Babilônia, o império dos Incas e a antiga China. Polanyi afirma que todos os sistemas econômicos até o fim do feudalismo na Europa Ocidental, foram organizados pelos princípios da reciprocidade, redistribuição e domesticidade ou a combinação deles (p. 75). Ainda segundo Polanyi, com a Revolução Industrial, o mercado adquire um lugar central na vida econômica. O autor distingue os mercados externos, locais e internos/nacionais. Refere que os mercados locais foram estimulados pelos mercados externos, pois os mercadores faziam paradas locais e os mercados internos ou nacionais foram criados pela intervenção do Estado, que, ao longo dos séculos XV e XVI, regulamentou a vida econômica nacional. Segundo o autor, o mercado autorregulado emerge a partir da Revolução Industrial. Na perspectiva de Mark Granovetter (1991), na sociedade capitalista, o agir econômico está enraizado no agir social, ou seja, nas redes de relações sociais e interpessoais. A sua compreensão passa, portanto, pelo contexto das redes sociais. Este autor introduz o conceito de "construção social da economia" e defende que as redes de relações interpessoais têm um importante papel na formação de uma instituição. Granovetter é influenciado pela sociologia de Durkheim, que aborda o mercado como uma construção social em que as trocas mercantis nas sociedades complexas têm um papel socializador. Granovetter também incorpora a perspectiva weberiana de introduzir a estrutura social na análise econômica partindo a ação individual. O conceito de "enraizamento" de Granovetter tem influências dos conceitos weberianos de relações "comuns" e "associativas", já que as relações "comuns" implicam um sentimento de pertencimento a um conjunto e as relações "associativas" envolvem um acordo racional com interesse.

No mercado autorregulável, a motivação dos agentes é a obtenção de lucro e o dinheiro é fundamental, pois as transações são monetárias. Nele, toda a produção é destinada ao mercado e a venda é a fonte de todos os rendimentos. Assim, é necessário existir mercado para o trabalho, a terra e para todos os bens e serviços. Essa reorganização social, encabeçada pelos comerciantes a partir da Revolução Industrial, ao inserirem as máquinas na produção, consolidou uma economia de mercado, cujos polos centrais são o preço e o lucro.

A proposta do SF de desenvolver práticas comerciais associativas implica rever os princípios de preço e lucro como elementos reguladores do mercado. Dessa forma, atuar comercialmente de forma associada requer uma persistente reformulação de uma prática comercial que vem sendo implementada desde a Revolução Industrial. O que gera resistência. A proposta do SF não é um retorno às práticas econômicas pré-capitalistas, mas, sim, a incorporação de valores sociais e ambientais que irão colocar limites à produção econômica cujos princípios norteadores são o preço e o lucro.

Nos casos de conflitos, algum membro do Escritório precisa ir e ver o que está acontecendo, reconhecer se há alguém específico criando obstáculos. Outro tipo de problema é em relação à produção. Pode acontecer que estejam usando métodos não sustentáveis; ou que tenham problemas com as autoridades e acabam tendo seus estabelecimentos fechados, então, algum membro do Escritório precisa ir lá e tentar resolver. Se os membros do SF dizem que a produção deve seguir determinado caminho e os produtores não aderem, o projeto acaba. Mas, em geral, se resolve.

### **3.4.1 Slow Food: incentivo à capacidade de fazer negócio**

Como já foi explicado, o SF não é produtor, mas usa a via da comercialização como estratégia de fortalecimento de novas práticas alimentares. Os mecanismos de promoção comercial fornecidos pelo SF são atos políticos. Esses mecanismos são: brochuras promocionais, comunicação, fotografias profissionais, colaboração com as autoridades, conexão com pontos comerciais e toda a estrutura de suporte já mencionada. Além disto, realizam eventos de promoção dos produtos (*Salone Del gusto*, *Slow Fish*, e *Cheese*).

Segundo a Gestora, de um lado, o SF exige que se respeitem as regras, que façam uma associação e, de outro, os produtores pedem que lhes ajude a vender. Há uma troca. Inicialmente, o SF dá um suporte para que eles comecem a vender seus produtos por conta própria.

Quando a Fortaleza fica famosa, então, eles conseguem fazer sua própria promoção.

Ela afirma que, se o produtor tem uma boa produção, dentro dos padrões, mas não é bom em autopromoção, ele não passa por grandes mudanças econômicas. Se se dispõem a sair de suas casas, participar de eventos, levar outros produtores, fazer contatos, conversar com as pessoas, então, fica mais fácil “fazer seus nomes” e aumentar os negócios. Para as pessoas mais introspectivas, que não são muito comunicativas, nem gostam de sair de seu ambiente rural, é mais difícil. No Terra Madre e Salone Del Gusto, há também o problema do idioma. Os pequenos produtores, muitas vezes, não conseguem tirar grande proveito de encontros desse porte, pela falta de habilidade em comunicar-se e por não entender outros idiomas.

Esse tipo de problema acontece tanto com os pequenos produtores italianos quanto com de outros países. Depois de dois ou três anos, eles compreendem que é necessário ter alguém no *stand* que fale inglês, que se comunique e cuide da parte dos negócios. Então, em cada evento de que participam, tiram o entendimento necessário para solucionar os problemas na próxima vez.

Esse é um aspecto de fragilidade do SF, porque exige um tipo de participação de agricultores que nem sempre estão aptos a agir desta forma.

Esta necessidade de autopromoção faz parte da capacidade de iniciativa requisitada pelo SF. Esta é uma questão complexa, pois supõe, muitas vezes, a ruptura com barreiras culturais solidificadas. Um produtor que nasceu na área rural e teve pouco contato com o meio urbano em seus países, dificilmente, vai adquirir as habilidades necessárias para se comunicar, se socializar e comercializar seus produtos num encontro do porte do Terra Madre. Por outro lado, o comércio informal no Brasil, por exemplo, é grande, os ambulantes estão por toda parte e demonstram grande habilidade de venda. Portanto, um evento como o Terra Madre pode ser para eles um novo ambiente de descobertas e conquistas.

As Fortalezas de SF não têm data para terminar, então, mesmo quando os produtores já alcançaram um bom nível de produção, são bons vendedores e bons promotores de suas mercadorias, eles decidem permanecer no SF porque conhecem e apoiam a sua filosofia e, também, poderiam perder visibilidade se o deixassem. Eles são os exemplos para as outras Fortalezas e podem ir a outros lugares para ajudar outras Fortalezas. Nestas situações eles se tornam membros do SF, fazem parte da Associação, transformam-se em pessoas do movimento e começam a



viver a vida do movimento SF. Neste ponto, fica clara a divisão interna dentro do SF, que distingue entre os que participam dos projetos (Fundação Slow Food para a Biodiversidade) e os sócios do movimento (Associação Slow Food) o que comentamos anteriormente.

A partir dessa fala, podemos identificar que o movimento diferencia os produtores, entre os que estão nos projetos por compartilhar sua filosofia e os que estão engajados nos projetos com fins comerciais. Na gestão destes empreendimentos, podemos ver a filosofia do SF e sua maneira característica de atuar. Entretanto ela faz uma distinção clara entre os produtores da Fortaleza e o movimento Slow Food, o que revela que de fato, nem todos os participantes estão implantando o que chamamos de “empreendedorismo politizado”, muitos deles são somente comerciantes.

### 3.5 CAMINHO DE ENTRADA DO SLOW FOOD NO BRASIL: UMA ARTICULAÇÃO ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

A entrada do SF no Brasil percorreu o caminho que o movimento costuma traçar: a interação entre membros da sociedade civil e as instâncias governamentais. De acordo com a Diretora do núcleo para AL, a primeira brasileira que teve um contato oficial com o SF foi a líder do Convívio Slow Food Rio de Janeiro, nos inícios dos anos 2000, que o conheceu por meio de uma pesquisa na internet, numa época em que apoiava um restaurante num hospital indígena em Roraima. Esta líder achou estranho que um movimento gastronômico italiano estivesse apoiando uma iniciativa neste local e procurou mais informações. À medida que foi conhecendo, interessou-se cada vez mais e depois foi à Itália, encontrou o Petrini, voltou para o Brasil e fundou o primeiro Convívio.

Entretanto, de acordo com a Diretora para a AL, o mais importante para o movimento no Brasil foi a aproximação do SF com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), pela Secretaria do Desenvolvimento Territorial (SDT), do primeiro mandato do governo Lula. Esse momento de articulação com a SDT foi importante, porque daí o SF conseguiu ter acesso aos pequenos produtores com os quais a Secretaria desenvolvia seus trabalhos. A colaboração começou, sobretudo, com o então secretário da SDT. Nessa época, a rede SF de produtores se fortaleceu e cresceu rápido, pois usou a rede de informações e contatos da SDT. Além disto, o Ministério trabalha com um grupo de técnicos de todo o país, o que favoreceu grandemente o reconhecimento pelo SF dos grupos de produtores com potencial para

desenvolver projetos. Outro fator que ajudou foi que a SDT mantinha um trabalho de formação de líderes territoriais, ou seja, de pessoas que estavam interessadas em questões políticas e tinham muito conhecimento dos territórios e dos atores locais. Então, foi essa a entrada no país.

Podemos observar que o SF trouxe da Itália sua experiência de articulação com as instâncias governamentais. Entretanto, ainda que este tenha sido um importante momento de fortalecimento do movimento no país, atualmente, como os próprios entrevistados afirmam, a grande força do SF, no Brasil, é a articulação em rede no âmbito da sociedade civil.

Os entrevistados do Escritório Internacional convergem na opinião de que, no Brasil, o SF é mais forte em seu aspecto de movimento social, ou seja, na adesão à suas ideias e propostas de práticas alimentares, mobilizando-se para a realização de eventos que servem como espaços de debates e divulgação de seus princípios. Os entrevistados ressaltam a habilidade dos associados no Brasil de se articularem em “rede” e se comunicarem, mesmo morando em estados distantes.

A Técnica do Cone Sul considera que a sociedade civil na Argentina, por exemplo, se organiza de outra forma, mas não tanto como movimento social, como no Brasil. Ela cita como exemplo dessa capacidade de articulação brasileira a realização de dois eventos do Terra Madre Brasil, único Terra Madre que ocorreu fora da Itália. Ela ressaltava também, a importância de quem se envolve no movimento, destacando que são pessoas carismáticas, bons comunicadores e sabem lidar com situações inesperadas, dando mais possibilidades ao movimento de crescer.

É possível verificar a mesma opinião do Diretor do Cone Sul, que ressaltava a característica de movimento social do SF no Brasil, ao falar que a Associação é mais atuante que a parte de projetos. Segundo o Diretor, o Brasil é o lugar mais desenvolvido do SF na América Latina, porque a Associação agrega mais pessoas, o que denota que tem uma penetração na sociedade civil, não se restringindo ao mundo da gastronomia. Além disso, os meios de comunicação falam do SF; os membros no país desenvolvem suas próprias campanhas, independentes do SF Internacional. Para o Diretor, os agricultores e as ‘outras pessoas’ são dois grupos dentro do SF. Na maioria dos países, os sócios dos SF vêm da gastronomia. No Brasil, o Diretor detecta que existe uma maior participação de pessoas não diretamente relacionadas com a gastronomia.

No Brasil, o SF não tem sua força nos projetos locais, mas na sua capacidade de promover suas ideias, inserindo-se em redes e associações já constituídas no país. Assim, mais uma vez, fica claro que o movimento ganha força e se enraíza em contextos onde já existe um trabalho associativo prévio. Neste caso, foi entre profissionais de inúmeras áreas – biólogos, antropólogos, agrônomos, agricultores –, que tinham como eixo de contato os projetos da Secretaria do Desenvolvimento Territorial, mas que, cada um, em suas trajetórias pessoais já tinha uma rede de contatos, o que facilitou a divulgação das ideias.

Por conseguinte, inferimos que a politização alcança outras dimensões sociais atuantes fora das instituições políticas formais. De todos os modos, cabe nos questionarmos sobre qual domínio social é mais forte e presente entre os adeptos no Brasil. Ou seja, como essa rede articulada nacionalmente estabelece suas relações de poder? Quem são os atores? Estas questões serão tratadas no capítulo 4.

Em 2004, o SF assinou um acordo de colaboração com o Ministério num projeto que dividia o Brasil em territórios e tinha como objetivo apoiar a agricultura familiar nacional. O SF começou a colaborar na indicação de produtos interessantes, de qualidade e ofereceu seus conhecimentos sobre os produtos, “bom limpo e justo”, sobre o trabalho em rede, suas propostas de conexão entre o produtor, o transformador e os chefes de cozinha, etc.

Outro aspecto ressaltado pela Diretora foi que, em 2004, não se falava no Brasil em questão alimentar envolvendo os âmbitos de discussão proposto pelo SF. No Brasil, as discussões não alcançavam a revisão dos padrões de sociabilidade na prática produtiva, não havia um forte questionamento sobre as formas de consumo, os padrões culturais, etc. Em 2008/2010, o SF chegou mais perto do aspecto cultural, quando trabalhou com o Ministério da Cultura, e a Secretaria de Identidade e Diversidade Cultural, numa tentativa de considerar a gastronomia como patrimônio imaterial, envolvendo os Quilombolas, alguns indígenas, ciganos, etc.

Segundo a Diretora, as políticas de segurança alimentar, como o “Programa Fome Zero”, ajudaram muito na construção da ideia de que a biodiversidade poderia ajudar a diminuir esses problemas. Ou o reconhecimento de que preservar as tradições culturais também pode vir a ser atividade econômica, no meio urbano ou rural; como preservar os recursos naturais e culturais e utilizá-los para proveitos econômicos, diminuir imigração, oferecer oportunidades para jovens.

Aqui, podemos explicitar a capacidade de fazer política do SF, difundindo sua filosofia do “bom, limpo e justo” nas agências governamentais.

Podemos perceber que, embora a estratégia do SF seja a mesma tanto no Brasil como na Itália, qual seja, articular-se com a força pública, a “porta de entrada”, nesses dois países, tem uma grande diferença, pois, na Itália, o SF prioriza o poder local e, no Brasil, entrou direto em contato com o governo federal. Sem a necessidade de grandes discussões sobre estes dois níveis de poder, podemos, desde já, entender que o movimento entra num cenário brasileiro permeado por discussões que ultrapassam muito o âmbito local.

Seguindo essa ideia, argumentamos que as influências do SF local no Brasil vão estar permeadas por questões e diretrizes construídas fora do contexto local – rede SF nacional. Assim, as relações de poder construídas na rede nacional do SF terão forte influência no andamento dos projetos locais, como veremos no capítulo 4.

### 3.6 O SLOW FOOD NO BRASIL: FOCO NO FORTALECIMENTO DE SUAS IDEIAS ENTRE SEUS MEMBROS

A lógica empreendedora proposta desenvolvida na Itália, por meio das Fortalezas, terá adesão nos países onde o movimento se insere de acordo com o contexto local. É fundamental levar em conta o meio social onde o movimento é aceito e conquista adeptos, para entender se o aspecto empreendedor irá ser fortalecido.

De acordo com as entrevistas, no Brasil, o foco de atuação do SF é no seu fortalecimento como movimento social, ou seja, no plano das ideias e articulações políticas. Em relação aos projetos empreendedores, as orientações do Escritório Internacional são deixar que os próprios membros locais tomem as iniciativas.

A visão panorâmica da Técnica responsável pelo SF no Brasil ressalta a boa capacidade de articulação em rede dos participantes e certa dificuldade em desenvolver projetos com as comunidades de produtores locais. À medida que o SF vai crescendo, o trabalho fica mais complicado. Como, no Brasil, já existem cerca de 30 Convívios, 60 Comunidades do Alimento e 8 Fortalezas, o desafio é muito maior.

O Terra Madre Brasil e a Rio + 20 foram eventos importantes. A técnica enxerga que a prioridade foi garantir a presença do SF no Brasil em seu todo, fortalecendo a rede, criando, no nível local, um maior contato entre os diferentes atores (produtor, *chefe*, líder de Convívio e acadêmico). O objetivo é criar uma rede que funcione sem depender do

Escritório Internacional. O Terra Madre Brasil foi criado e incentivado neste sentido.

Outra estratégia de ação mencionada pela Técnica é reforçar a presença no país através da mídia. Ela pensa que esse trabalho deve ser realizado pelos membros do SF no país, sem depender do Escritório Internacional. Afirmar que o grande segredo é que os líderes de Convívio mantenham contato com a mídia local e representem o SF localmente.

Como a informação é uma forma de controle na sociedade contemporânea, a informação sobre produção e consumo alimentar, que evidencia seus aspectos sociais e políticos, pode servir como um mecanismo da ordem social. Esta estratégia do Slow Food de estimular o contato com a mídia é a expressão prática desta ideia da força da comunicação no processo de ressignificação dos hábitos alimentares (Labelle, 2004).

A Técnica informa que o SF aproveita as ‘potencialidades’ já existentes no lugar, em suas palavras:

As colaborações existentes no sul não foi o Slow Food que construiu, [...] a forma como está estruturado o nosso trabalho hoje funciona muito melhor e pode acrescentar muito mais nos lugares onde já existe uma colaboração e facilitar ainda mais [...] e fazer rede [...] em Santa Catarina já existia um ambiente mais propício para isto (informação verbal)<sup>32</sup>.

Podemos ver como, pela sua filosofia, o SF vai conseguindo a adesão de pessoas e formando uma rede sociotécnica favorável à realização de suas ideias. Assim, ele se apropria de discursos, informações, conhecimentos, espécies biológicas e estruturas físicas locais.

Em relação a Goiás, o SF tem uma atuação muito pontual. A técnica levanta a possibilidade de não haver muita adesão em Brasília pelo fato de ter recebido o apoio do governo desde o início, e isto pode gerar nas pessoas a impressão de que o SF é um “braço” do governo. Além disto, na cidade existem dois Convívios, o do Cerrado e o de Brasília. O Convívio de Brasília foi formado primeiro por um grupo de pessoas que tinham um perfil mais elitista e, inclusive, é um grupo ainda existente, mas pouco ativo. Segundo a entrevistada, o perfil desse grupo

---

<sup>32</sup> Entrevista concedida pela Técnica Responsável pelo Slow Food no Brasil em fev. 2013. Entrevistadora: Manuela Alvarenga do Nascimento.

se parece mais à forma inicial do SF, voltada para a gastronomia, em seu sentido tradicional. Os dois Convívios não interagem muito.

Aqui, observamos uma diferença importante entre a percepção italiana e brasileira em relação à parceria com o governo. Na Itália, a parceria é tida como um estímulo aos produtores para iniciar um projeto do SF, já no Brasil, este vínculo com instâncias governamentais, muitas vezes, é visto como “braço” do governo, sem capacidade crítica.

O Convívio do Cerrado foi fundado em 2009, separadamente do Convívio já existente em Brasília, justamente por não haver um reconhecimento entre os membros deste novo grupo e o inicial (Convívio de Brasília). Por estas razões, os Convívios em Brasília são fragmentados. O perfil do Convívio do Cerrado tem outras características mais voltadas para a educação do gosto, atividades de visitas ao produtor e que trabalha com as questões mais amplas, que envolvem a gastronomia. A técnica entende que isto é natural e cada Convívio tem um perfil, entretanto, é importante que se encontre harmonia apesar das diferenças.

Essas separações entre Convívios expressam muito mais uma forte divisão entre grupos pertencentes ao movimento do que uma “natural” separação decorrente da incompatibilidade de interpretações da filosofia do “bom, limpo e justo”. A existência, numa mesma cidade, de Convívios que não interagem evidencia muito mais a existência de conflitos do que uma unidade de grupos que pertencem ao mesmo movimento.

Segundo a Técnica, o projeto do “Mercado da Terra” não é desenvolvido ainda na América Latina. Eles gostariam muito de fazer isso no Brasil. Por volta do ano de 2009 fizeram um seminário com o MDA, que tinha um projeto interessante com alguns mercados. Neste seminário o SF apresentou o projeto de Mercado da Terra aos representantes locais destes mercados e também aos representantes do MDA, mas não foi adiante. Ela informa que se trata de um projeto bastante complexo e precisa de uma presença muito forte de funcionários contratados pelo SF. O trabalho à distância, desde a Itália, torna-o muito complicado de executar. É um projeto no qual é preciso identificar uma série de produtores da região os quais devem se unir para estabelecer um mercado em conjunto, ou que já realizam um mercado, e teriam que convencê-los a se transformarem em “Mercados da Terra” do SF.

Porém, no Brasil, o movimento ainda é incipiente e parece não ter alcançado a maturidade suficiente para desenvolver esse tipo de projeto.

Outra questão que adicionamos às razões mencionadas pela entrevistada é o aspecto geográfico. No Brasil, a comercialização é mais complexa pelas distâncias onde se encontram os produtores e os locais onde seriam comercializados os produtos.

Em relação aos produtores, segundo a Técnica, é complexo lidar com os agricultores, pois, muitas vezes, eles não se entendem entre si, e então é preciso grande empenho para a manutenção do projeto. É preciso ter alguém que faça a intermediação e mantenha o grupo coeso.

Tanto a Técnica como o Presidente da Fundação enfatizam a dificuldade em mostrar aos agricultores e outros participantes dos projetos que a iniciativa deve partir deles. O Presidente vê como potencialidade no Brasil a biodiversidade, mas pensa que há poucos sócios. Os diversos atores (empresas), no Brasil, são pouco abertos às ideias do SF. Segundo o Presidente, há que convencê-los e fornecer informação. Ele assegura que o mecanismo que funciona com o pequeno produtor é o econômico. Se tiver algum recurso financeiro em vista, com o tempo, eles se abrem às ideias, se não, é difícil que se abram para relação com “o mundo externo”. Ele refere que as comunidades locais são fechadas em si mesmas.

Esses desentendimentos entre os produtores originam-se, em grande parte, da falta de confiança entre eles, o que entendemos como resultado de uma mistura de traços culturais históricos do brasileiro de “dar um jeitinho” somado às tendências de competição individualista. Além disto, a necessidade de prometer um retorno financeiro para obter a adesão dos produtores é também fruto de uma mentalidade arraigada, que enxerga o comércio somente em seus aspectos econômicos, não atentando para os aspectos sociais e ambientais, como propõe o SF.

No Brasil, eles ainda não desenvolveram o “Mercado da Terra”, porque este não foi um projeto que teve prioridade pelo SF Internacional no país.

Verificamos, no discurso do SF que os participantes são “livres” para propor e realizar projetos – austeridade anárquica. Entretanto as instâncias de decisão mais altas do SF definem as estratégias por país.

O movimento, no Brasil, se inseriu e se consolidou marcando maior presença num domínio social “dos profissionais especializados”, que já tinham uma capacidade associativa, compartilhavam alguns valores, estilos de pensamento, percepções da prática alimentar. Esse domínio social é formado por pessoas da mesma cidade ou de diferentes cidades, que têm uma atuação profissional voltada para a sustentabilidade ambiental, a preservação de culturas tradicionais, para a área de responsabilidade social, ou que realizam atividades as quais não

tenham um vínculo direto com esse tema, mas são simpatizantes com o assunto da sustentabilidade em suas diversas facetas, como alimentação, consumo, estilo de vida e política. Por outro lado, os entrevistados apontam vários problemas em relação à execução dos projetos, principalmente pela dificuldade de incorporação pelos participantes das ideias, de valores e percepções propostos pelo SF. Assim, no Brasil, a execução do “empreendedorismo politizado” levanta questões que serão tratadas no capítulo 4, na análise do caso de Pirenópolis.

### 3.7 SÍNTESE DO CAPÍTULO: DESAFIOS DO “EMPREENDEADORISMO POLITIZADO”

Na nossa análise caracterizamos o SF como um movimento com uma proposta original de realizar o que chamamos de “empreendedorismo politizado”. Entretanto, em suas práticas, os entrevistados expõem diversos problemas. Neste capítulo consideramos que, tanto da parte do Escritório Internacional como dos associados, a concretização dessas ideias passa por disputa de poder e excesso de burocratização. Assim, no plano da proposta, o SF criaria mecanismos de politização da produção e consumo alimentar, mas, na prática, os vários problemas encontrados envolvem tanto a forma de o Escritório se posicionar e exercer suas relações de poder quanto às atitudes de parte dos associados que, nem sempre, assumem na prática a politização defendida pelo movimento. No próximo capítulo, continuamos a análise de como a filosofia do “bom, limpo e justo” se efetua com base em experiências exitosas na Itália.



#### 4 O SLOW FOOD EM AÇÃO: ANÁLISE DE ALGUMAS PRÁTICAS EXITOSAS

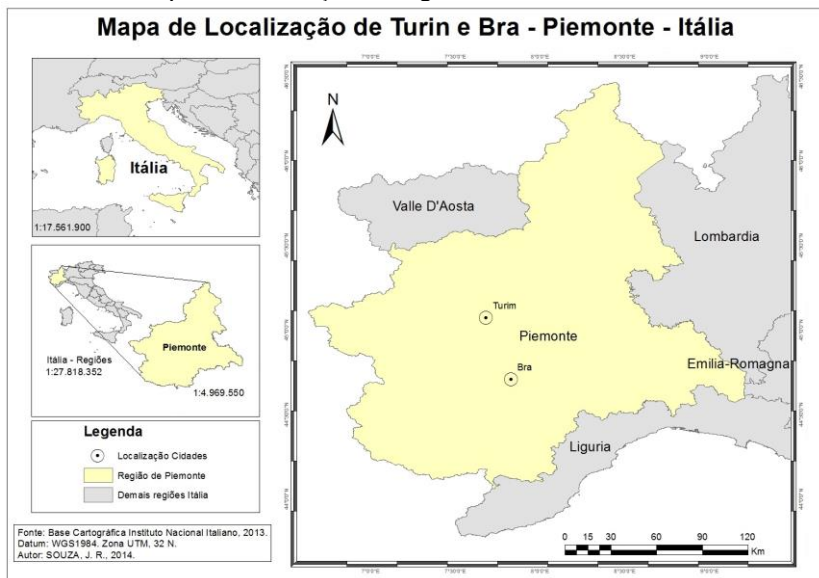
De acordo com a proposta analítica de Holloway et al (2007), os projetos do SF podem ser interpretados como formas particulares que constituem arranjos por meio dos quais a interação de uma série de campos analíticos os faz possíveis e se logra fazer frente ao poder dominante na produção alimentar. Cada projeto tem características singulares, tem objetivos diferentes e lida com diversos grupos de pessoas e, portanto, se insere na dinâmica social e lida com tais dimensões. Por exemplo, as Fortalezas lidam mais diretamente com os pequenos produtores, às vezes, com somente duas famílias envolvidas, e o trabalho está mais voltado para o âmbito da produção. O Mercado da Terra, por sua vez, envolve diversos produtores, colocando-os em contato num ambiente voltado diretamente para a comercialização (o mercado). Dessa forma, os inúmeros projetos do SF, ao se realizarem em contextos específicos, levantam questões próprias passíveis de serem discutidas.

A descrição e a discussão de alguns projetos do SF podem ampliar nosso campo de reflexão sobre como vêm se concretizando suas ações e sobre o caso de Pirenópolis, pois, ainda que cada projeto seja singular, ele levanta questões amplas e elementos que podem servir de parâmetro de reflexão. Para tanto, foram selecionados três projetos visitados na Itália, por indicação do Escritório Internacional, como exemplo de projetos exitosos. Longe de propor uma análise comparativa entre os projetos exitosos italianos e a caso brasileiro, o que nos propomos é usar os modelos italianos como parâmetros – mas não os únicos – para pensar a realidade específica do Slow Food de Pirenópolis (tanto a Fortaleza como o Convívio). Neste capítulo, portanto, procuraremos refletir sobre os projetos italianos exitosos, sem a pretensão de exaurir as possibilidades, mas trazendo à tona os aspectos observados que nos pareceram mais relevantes para esta análise.

Seguindo a proposta de Holloway et al. (2007), levaremos em conta alguns aspectos, como o lugar de produção; o método produtivo; o *supply chain*; a arena de troca; a interação entre produtor e consumidor; a motivação dos participantes; e a construção de identidades. Como vimos, os autores explicam que as relações entre esses campos configuram uma “matrix” particular a cada projeto, portanto, não trataremos de todos esses aspectos em cada caso, mas à medida que nos parecerem relevantes para a discussão. Tendo isto em vista, em seguida,

trataremos de cada caso. No mapa está localizada a cidade de Bra e Turim na região de Piemonte, na Itália.

Mapa 3 - Localização da Região de Piemonte na Itália



Fonte: SOUZA, J. R., 2014

#### 4.1 O CASO DA FORTALEZA DA VACA RAZZA PIEMONTESE: ADAPTANDO-SE ÀS REGRAS DO MERCADO COMPETITIVO

Como já foi exposto, um dos principais projetos do SF é a Fortaleza, que visa preservar espécies nativas locais mediante fortalecimento de sua produção comercial e inserção no mercado local. Uma Fortaleza que o SF considera como exitosa é a da Razza Piemontese, situada em Genola, um povoado do município de Cuneo.

É uma Fortaleza que conseguiu se estruturar dentro dos padrões do movimento, desde a criação do gado até a finalização do ciclo comercial. O dono (que tem um sócio) foi quem nos recebeu, apresentando com muita habilidade e em todas as etapas da criação do gado. Eles têm a propriedade com toda a estrutura, como o estábulo, o galpão onde armazenam alimento e tratores. É um estabelecimento limpo e organizado. Ao nascerem, os filhotes são separados da mãe e ficam num espaço de 50 metros de comprimento por 30 de largura até os 4 meses. Depois de crescerem vão para o espaço ao lado, onde recebem

o tratamento veterinário e alimentar. Essas vacas ficam presas com um laço no pescoço por toda a vida e não caminham para não endurecer os músculos. Assim, os produtores podem garantir a carne macia exigida pelos consumidores. Além disto, como não dispõem de grande espaço de terra, quando caminham, as vacas destroem o pasto. As melhores vacas, selecionadas a partir da árvore genealógica, se transformam em parideiras e o método de reprodução é a inseminação artificial. Usam uma tecnologia de inserir um “chip” na vaca que avisa ao produtor que a vaca está em processo de parto. O “chip” é expulso da vaca juntamente com a bolsa d’água. O parto, geralmente, precisa ser seguido, pois é complicado. Os bezerros são castrados com elástico. A carne é vendida numa filial do *Eataly*<sup>33</sup> deste povoado, onde há uma excelente estrutura de processamento e conservação da carne, a preços altos, que somente camadas sociais mais altas de Genola podem pagar. Um parceiro importante do SF na Itália é o supermercado *Eataly*, que é uma grande cadeia supermercadista presente na Itália, no Japão e nos Estados Unidos. O *Eataly* se define como uma tentativa de desfazer a ideia de que o produto de qualidade deve estar à disposição somente de um restrito círculo de privilegiados.

Busch (2010) propõe que se entenda o neoliberalismo como um complexo de artefatos, tecnologias e tecnologias sociais – nas formas de organizações, instituições e estratégias que se adequaram bem e foram canalizadas para concretizar os objetivos neoliberais. Segundo Busch, o projeto neoliberal conta com “tecnologias de governança”, ou o que Foucault chamou de tecnologias de poder, que são as organizações: Organização Mundial do Comércio (WTO), o Banco Mundial, o Fundo Monetário Internacional (FMI) e a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO). Seguindo as ideias de Bruno Latour, Busch ressalta que o mundo é povoado por pessoas e coisas e, neste sentido, as “coisas contam”, ou seja, elas abrem novas possibilidades. Assim, o autor reconhece quatro classes de tecnologias que possibilitaram o projeto neoliberal, são elas: genética e genomas; nanotecnologia; transporte; e tecnologias de informação e comunicação.

Seguindo a mesma ideia para pensar as “commodities chains”, ponderamos que estas – ainda que sejam de pequena escala – também contam com organizações, instituições e estratégias, além de tecnologias

---

<sup>33</sup> O supermercado *Eataly* surgiu na Itália da reunião de pequenos produtores de vinho, azeite, carne e macarrão. É um supermercado que defende os métodos artesanais de produção e a democratização do alimento. Atualmente, existem 11 lojas na Itália, está presente no Japão, em Dubai, em Istambul e tem loja *online*.

e maquinarias para se concretizar. Sendo assim, o projeto da Razza Piemontese conta com um alto padrão de equipamentos e tecnologias, que se revelam essenciais para a inserção de seus produtos no mercado. O que permite um bom retorno financeiro aos produtores e que realizem seu trabalho no local onde nasceram, sem precisar abandonar suas atividades agropecuárias em busca de sustento em contextos urbanos. Além disto, juntamente com os conhecimentos tecnológicos modernos, os produtores podem empregar seus conhecimentos tradicionais locais sobre o meio natural em que nasceram e preservar suas formas de vida.

Entretanto, no que diz respeito à estratégia de comercialização dos produtores – orientados e facilitados pelo SF de inserir seus produtos no Eataly –, ainda que seja válida do ponto de vista comercial, trazem algumas reflexões sobre a própria proposta do movimento.

Em seu discurso, o SF defende que: “O alimento que comemos deve ter bom sabor; deve ser cultivado de maneira limpa, sem prejudicar nossa saúde, o meio ambiente ou os animais; e os produtores devem receber o que é justo pelo seu trabalho” (PETRINI et al., 2012).

Se analisarmos bem essa afirmação, percebemos que seus projetos ainda não conseguem alcançar esses princípios de forma integral. E este fato se torna mais evidente ao se tratar de um projeto considerado “exitoso” pelo próprio movimento, pois, se é exitoso, deveria cumprir com todos os princípios do movimento.

Uma característica forte do SF, principalmente na Itália, é sua capacidade de comercialização, por intermédio de seus contatos com comerciantes e o reconhecimento social da qualidade dos produtos de seus projetos. Esse é um instrumento importante da estratégia do SF para dar suporte ao pequeno produtor e favorecer a comercialização. O supermercado “Eataly” se define como uma tentativa de desfazer a ideia de que o produto de qualidade deve estar à disposição somente de um restrito círculo de privilegiados, já que é caro ou nem sempre disponível<sup>34</sup>.

Estudos sobre o setor supermercadista revelam que há um complexo processo de construção da qualidade dos produtos a serem oferecidos. Muitas vezes, as grandes cadeias de supermercados constroem padrões de segurança e qualidade alimentar que destoam dos padrões públicos tradicionais, como mostram estudos que enfatizam uma venda altamente padronizada e com empacotamento com selos identificadores da rede varejista (OOSTERVEER, GUIVANT E

---

<sup>34</sup>Disponível em: <<http://www.eataly.it/blog/mondo-eataly-manifesto>>. Acesso em 20 jan. 2013.

SPAARGAREN, 2010). Neste contexto, os pequenos produtores, não raro, são excluídos da cadeia produtiva dominante, porque não conseguem responder aos padrões de exigência. Entretanto, já existem alertas aos órgãos responsáveis para encontrar alternativas para os pequenos produtores que estão sendo crescentemente excluídos (MAZON, 2009, p. 1010).

Consideramos que, nesse trabalho de inclusão comercial dos pequenos produtores, o SF entra neste cenário como uma iniciativa não institucionalizada – e não pertencente às instâncias oficiais formais – de inserção do pequeno produtor na “commodity chain”. Deste ponto de vista, O SF desempenha um importante papel de contribuir para a reinserção do produtor na atividade econômica ao colocá-lo em contato com o Eataly, por exemplo. Entretanto o Eataly, ainda que se coloque como um supermercado que tem uma filosofia muito próxima à do SF, pauta-se em uma exigência de qualidade que segue os padrões supermercadistas, ou seja, por visarem alto nível de vendas, buscam atender às exigências dos consumidores, as quais, muitas vezes, não respeitam a ética no trato dos animais, a justiça social e a sustentabilidade ambiental. Assim, na prática, para viabilizar a comercialização, o Eataly não atende aos requisitos do produto “bom, limpo e justo”, que se traduz por ser saboroso, sustentável e com justiça social. Como veremos a seguir.

O pequeno produtor da *Fortaleza da Razza Piemontese* conta com uma estrutura física e de maquinaria, além de conhecimentos especializados e os utiliza para conseguir alcançar os padrões desse grande supermercado. E este, para ser competitivo, não coloca os princípios do “bom, limpo e justo” em primeiro lugar.

O *Eataly*, nesse vilarejo, tem uma estrutura muito bem montada, com equipamentos de última geração para armazenar os alimentos e mantê-los num padrão de qualidade de alto nível. Além disto, essa filial conta com profissionais extremamente qualificados para fazer a gestão e *marketing* do estabelecimento.

O *Eataly* informa<sup>35</sup> que o SF tem um papel de consultor, com a incumbência de controlar e verificar se a qualidade dos produtos esteja à altura do acordado. Este supermercado assegura que assume<sup>36</sup> algumas condutas que favorecem o pequeno produtor. Por exemplo, cuida para não comprometer a qualidade dos produtos com exigências de quantidades acima de suas capacidades e apoia a definição de qualidade

---

<sup>35</sup> Disponível em: <<http://www.eataly.it/>>. Acesso em 20 jan. 2013.

<sup>36</sup> Disponível em: <<http://www.eataly.it/>>. Acesso em 20 jan. 2013.

do SF, de que o produtor deve ser organolepticamente bom, sustentável do ponto de vista ecológico e justo do ponto de vista social. Assim, aspiram promover este conceito de qualidade, tanto no que toca à produção quanto ao consumo. Defendem que se trata de uma visão quase utópica, mas argumentam que quem semeia utopia colhe realidade, ainda que reconheçam que a produção “boa, limpa e justa” enfrente fortes limites estruturais. O que se deve tanto aos limites da matéria-prima à disposição, como ao fato de que aumentar muito a produção do pequeno produtor significaria comprometer a perfeita integração com o ambiente e com a comunidade local.

Sustentam que essa é uma velha questão de “democratização” da qualidade alimentar e que se transforma num ambicioso e difícil projeto. Para fazer frente a isto, o *Eataly* afirma assumir os riscos e adquire uma postura oposta à adotada pela economia de escala e dos negócios em geral, e faz do conceito de qualidade a base de toda a atividade gastronômica, desde a produção, a distribuição e o consumo.

O *Eataly* reforça um discurso e uma predisposição a uma maneira de comercializar alimentos que incorporem aspectos sociais e ambientais. Isto é uma característica que não se pode encontrar na grande maioria dos supermercados, especialmente, os dominantes no cenário mundial.

Em relação à qualidade dos produtos, as grandes cadeias de supermercados vêm ganhando espaço na comercialização alimentar, inclusive na comercialização de produtos frescos, e vêm interferindo também, cada vez mais, na construção de padrões de qualidade. Mesmo que o conceito de qualidade tenda a se apresentar como algo natural, de fato, ele é uma construção cultural e não é socialmente neutro (MAZON, 2009).

Nesse cenário de disputa comercial entre grandes cadeias supermercadistas, o *Eataly* entra como um supermercado “não convencional”. O fato de o *Eataly* ter uma estratégia de venda que não exige o fornecimento de produtos nos prazos e com a frequência exigida pelos consumidores é uma importante maneira de gestão, que incorpora os princípios do “bom, limpo e justo” e o diferencia das cadeias supermercadistas dominantes. Entretanto o Slow Food defende o “comer bem”, entendendo, por isto, a alimentação com requinte de sabor o qual se deve, principalmente, às espécies específicas de alimentos e a receitas tradicionais. Os alimentos assim produzidos garantem o prazer na alimentação, o que é central em sua filosofia, pois o “SF imagina um mundo onde todas as pessoas possam *desfrutar* de um alimento que é

bom para eles, bom para aqueles que o produzem e bom para o planeta” (SLOW FOOD, 2012, grifo nosso).

No entanto, na maneira como as vacas são criadas podemos visualizar mais um esforço em atender a um padrão de qualidade que atende às exigências de um público consumidor, que quer apreciar o sabor da carne, mas não está mais preocupado com as condições de sua produção, em recuperar receitas tradicionais e modos tradicionais de cuidados dos animais. Os espaços destinados aos 8 animais da Fortaleza da *Razza Piemontese* são reduzidos (ambiente de, aproximadamente, 50 metros de comprimento por 30 de largura). Isso para manter a carne extremamente macia, já que o movimento da caminhada supõe a contração dos músculos e o decorrente enrijecimento da carne. Assim, quando o SF coloca o prazer como o caminho para a mudança de padrões alimentares, podemos nos questionar: o prazer de quem? Porque, seguramente, as vacas não sentem prazer em viver assim. Não se pode negar que esses animais contam com cuidados veterinários e uma alimentação de excelência, o que garante à carne um sabor, uma textura e uma qualidade sanitária, mas a imobilidade para atender a padrões de exigência que garantem um inegável prazer em consumir, expõem os animais a regimes muito difíceis. O respeito ao ambiente é, sem dúvida, colocado em primeiro lugar no movimento, mas o bem-estar animal é posto em segundo plano em função das exigências do mercado consumidor.

De acordo com Roberta Sassatelli e Frederica Davolio (2010), o conceito de ecogastronomia chama atenção para aspectos éticos e políticos e entende o alimento como uma via de alcançar o prazer em seu consumo. Neste sentido, podemos questionar os aspectos éticos que guiam esse tipo de produção.

O que ocorre é que os proponentes do Slow Food demonstram consciência e capacidade de teorização sobre as questões que permeiam a produção e o consumo alimentar, mas, na prática, as exigências econômicas, valores, significados e hábitos diferentes dos propostos pelo SF exercem forte influência.

O SF apresenta a Fortaleza da *Razza Piemontese* como um exemplo exitoso concreto. Os produtores também estão muito satisfeitos. Entretanto, dentro do movimento verificam-se fortes críticas de funcionários e sócios sobre as vacas viverem todo o tempo fechadas e sem se locomoverem. O alto preço da carne também é criticado, pois atende a um público consumidor específico e exigente, o que reforça a necessidade de manter as vacas sem movimento para garantir uma carne macia, ao gosto do consumidor de elite, que paga caro por este produto

– e garante seu prazer. Um funcionário do Escritório Internacional disse que o SF deveria ser mais duro com os produtores, pois estes o estão vendo como uma estratégia comercial, ou seja, como um caminho promissor para a entrada no mercado e não reconhecem que o SF propõe ultrapassar a pura comercialização. Dessa forma, o SF deveria estabelecer diferenças entre os produtores que ainda não conseguiram se estabilizar e ainda precisam de apoio e os produtores que já estão bem estruturados e inseridos no comércio. Pois, do ponto de vista desses membros do SF, esses produtores continuam no movimento somente para aproveitar o nome e garantir sua saída comercial.

No que se refere à estratégia de inserção dos pequenos produtores no setor supermercadistas, ponderamos que o exemplo do *Eataly* é um começo, mas falta ainda um longo caminho para que, de fato, o supermercado possa estreitar os laços entre produtor e consumidor de acordo com os princípios do “bom, limpo e justo”.

#### 4.2 O CONHECIMENTO COMO IMPORTANTE CAMINHO PARA ESTREITAR LAÇOS ENTRE PRODUÇÃO E CONSUMO

O *Eataly* oferece um trabalho educativo com crianças. Entretanto a questão do conhecimento ultrapassa o âmbito supermercadista e é uma das frentes de atuação do próprio SF. O conhecimento é o meio de construir uma informação alternativa e pode ser útil para a visualização das conexões do alimento (LABELLE 2004). Como a produção de informação é a forma de controle da sociedade contemporânea, a reinterpretação da informação tem a potencialidade de mudar a ordem social.

De acordo com Labelle (2004), recentes abordagens teóricas sobre a questão alimentar, influenciadas pelo pensamento marxista, tendem a localizar o poder no âmbito da produção e tratam a questão do consumo separado da produção, como algo passivo e apolítico. As pesquisas dessa linha, geralmente, tocam em temáticas como agricultura, concentração corporativa ou comércio, entendendo que os princípios de acumulação organizam o sistema alimentar. A autora argumenta que essas formas de conhecimento estabelecem uma dualidade na forma de pensar e naturalizam uma separação entre produção e consumo, dificultando abordagens alternativas sobre a temática alimentar. A predominância da perspectiva de economia política nos estudos alimentares, em detrimento de análises culturais, parece fortalecer essa forma de conhecimento dual.



Entretanto, para a autora, afirmar que a produção e o consumo são duas dimensões de um mesmo processo contribui para a concretização de um sistema alimentar diferente. Para tanto, é essencial que o conhecimento científico explicita as conexões entre o alimento e o sistema social que o envolve. Labelle (2004) afirma que as teorias que se voltaram para a questão do consumo evidenciaram os limites das teorias centradas somente no âmbito da produção. As teorias críticas, feministas e pós-modernas são exemplos disto. Elas trouxeram à tona aspectos da vida cotidiana que ficavam obscurecidos nas teorias focadas na produção, tais como os aspectos simbólicos e culturais do alimento (identidade, estética, valores), ou a capacidade de resistência, como as críticas ao consumismo.

A informação gerada a partir desses conhecimentos científicos, que expõem os vínculos entre produção e consumo, pode mudar a ordem social, porque atua diretamente nas escolhas, pois determina escolhas alimentares. Dessa maneira, o conhecimento científico e a informação conectam a produção e o consumo construindo ideias alternativas sobre o alimento e fazem a mediação cultural entre produtores e consumidores.

A autora defende que, nas feiras, na interação entre produtor e consumidor, o conhecimento conectará diferentes pessoas sob os mesmos interesses e objetivos. A perspectiva ecológica fornece uma visão holística, que vincula o caráter social e natural do alimento. Alimentos chamados “orgânicos” ou “naturais” são importantes por traduzir valores ecológicos, tanto para os produtores como para os consumidores. Os critérios ecológicos vão além do preço e durabilidade e alcançam as práticas sociais por trás do processo produtivo. Citando Carlo Petrini, Labelle que defende que “se qualidade é nosso direito como consumidor, então, está em nossas mãos nos prepararmos para reconhecer isto e exigir”. A autora ressalta que os consumidores se sentem mais seguros ao conhecerem os produtores locais, seus produtos e, por outro lado, os produtores ganham respeito por seu trabalho (LABELLE, 2004).

As escolhas de compra podem sofrer alterações nos diferentes contextos onde se realizam. Numa feira, por exemplo, as relações face a face facilitam a informação que produzirá significados e valores sobre os alimentos. Em supermercados, as escolhas de compra podem se orientar por valores ecológicos, mas estarão também sujeitas às estratégias de *marketing* que induzem ao consumo. Ainda que não estejamos de acordo de que a relação face a face das feiras seja a única capaz de produzir conhecimentos que orientem as escolhas,

reconhecemos que a relação entre produtor e consumidor via supermercado fica debilitada.

Voltando ao caso citado da Fortaleza da Razza Piemontese, a estratégia de colocar os produtos no *Eataly* não garante a interação entre produtor e consumidor, defendida pelo SF, pois os clientes deste supermercado confiam nos produtos do *Eataly* e frequentemente não têm qualquer tipo de relação com os produtores que fornecem os alimentos, mesmo que sejam produtores locais.

Dessa forma, podemos observar que o SF assume um discurso de aproximação entre produtor e consumidor, mas sua estratégia de comercialização no supermercado *Eataly* não favorece isto. Outros mecanismos de divulgação de informações<sup>37</sup> desenvolvidos pelo SF parecem ser eficientes para conectar produtor e consumidor sem a necessidade da relação face a face (feiras, Grupos de venda solidária, quilometro zero).

#### 4.3 ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO: OS “MERCADOS DA TERRA”

Como já foi dito, as *commodities chains* dos produtores de pequena escala também contam com organizações, instituições e estratégias, além de tecnologias e maquinarias para se concretizar. A inserção dos produtos no *Eataly* é uma opção oferecida pelo SF, mas o movimento também criou outro projeto que pode se entendido como estratégia de venda, os *Mercattos della Terra*.

O SF define o Mercado da Terra como uma rede internacional de mercados, de produtores e de campesinos que são coerentes com a filosofia do Slow Food. É também um lugar para comprar, encontrar-se, conhecer-se, comer em companhia. Um mercado é gerido por uma comunidade, com valores e regras compartilhadas. Oferece boa comida e bom vinho para o paladar, ambientalmente limpo e justo socialmente, com produtos locais e da estação e vendidos por quem os produz. Espaço para a educação do gosto, com preços justos tanto para quem compra como para quem vende.

Um exemplo de Mercado da Terra considerado bem sucedido pelo SF é o de Bolonha. Este mercado foi inaugurado em 2008 e, atualmente, acontece todo sábado no pátio do Cinema Lumière, organizado pelo SF com a colaboração da *Cineteca di Bolonga*, e o

---

<sup>37</sup> Projetos em escolas, hortas urbanas, cursos como o "Master of food", boletins informativos, catálogos gastronômicos.

financiamento da Província de Bolonha e da Fundação Carisbo. Neste espaço, reúnem-se cerca de 40 campesinos do território local (40 quilômetros), que vendem diretamente seus produtos da estação, a um preço justo, como vegetais e frutas, pães, biscoitos, leite e *yogurt*, ovos e carne, queijos e salames, vinho e cerveja, mel, geleia, flores e massas. Neste mercado, há também uma banca do SF, onde as pessoas podem conhecer o movimento, comprar seus livros e se tornarem sócios. Segundo o SF, o projeto se insere neste contexto urbano não somente para distribuir alimentos, mas também para fomentar o encontro social e a difusão da cultura gastronômica. A seguir exibimos uma foto tirada no Mercado de Bolonha.

Foto 11 - Mercado da Terra de Bolonha - Fevereiro de 2013



Fonte: Acervo da autora.

Para esta pesquisa, em fevereiro de 2013, foi realizada uma entrevista com o Diretor do Mercado da Terra de Bolonha, com duração de 40 minutos, no próprio Mercado na cidade de Bolonha. Em entrevista, ele informa que o SF seleciona os campesinos com base em algumas características de sua produção, por exemplo, a produção deve ser pequena, não somente no que diz respeito à quantidade, mas que todas as etapas aconteçam ali. O vendedor de queijo é também quem

cria os animais, cultiva os alimentos necessários e faz o queijo com o leite cru. Outro exemplo é que os produtores de vegetais os produzam de maneira “biológica” ou, se não tem essa prática, que se adaptem e passem a produzir assim. Em relação ao café – que vem de lugares mais distantes –, ele explica, é um produto de uma Fortaleza do SF na Nicarágua e eles controlam cada etapa de sua transformação. O café sai da Nicarágua, vai até Parma, onde é torrado e, depois, à Bolonha e todo o processo é gerido pelo SF.

O Diretor esclarece que, além do Mercado da Terra, os produtores utilizam a venda direta, como os “Grupos de aquisição” (G.A.S), que, nos últimos anos, cresceram muito na região. Também colocam seus produtos em outros mercados da cidade ou em pequenas lojas da cidade que dão preferência ao produto local.

Em relação às dificuldades de se realizar um mercado sob os princípios do SF, o Diretor usa a expressão “pequeno milagre” para se referir a cada sábado em que o mercado acontece, devido ao seu intenso trabalho durante cada semana para a concretização do mercado. Os problemas são inúmeros, por exemplo, há semanas em que não comparecem os pescadores, porque as condições do mar não estavam favoráveis para a pesca. Outro empecilho são os ataques de animais da floresta que comem a produção, como os javalis. Há também problemas com os lobos, que atacam as cabras que produzem o leite para o queijo. Esses são alguns, entre uma série de outros problemas.

Portanto, para que haja produtos no mercado, eles precisam contar com vários produtores. Essa necessidade de manter contato com vários produtores também é um ponto de dificuldade, pois, de um lado, não é fácil encontrar produtores que aceitem todas as regras do SF e, por outro lado, a coordenação de todos eles não é algo simples. Os produtores, por si mesmos, não fazem essa coordenação uns com os outros. Então, é necessário que haja uma pessoa formalmente contratada pelo SF para isto.

Segundo o Diretor, o Mercado da Terra, com o apoio da Província de Bolonha, teve início a partir da ideia de fazer o mercado de campesinos mais importante da província de Bolonha. Este mercado conta com uma boa estrutura e as tendas são padronizadas. No dia do mercado os campesinos chegam e encontram suas tendas montadas, têm espaço para estacionar seus meios de transporte (carros e furgonetas), há uma comunicação com a imprensa, encontros, cursos de cozinha<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> Essa comunicação é feita pelo Convívio Bolonha.

O Diretor declara que uma das partes mais difíceis de seu trabalho é gerir os produtores e fazê-los reconhecer uns aos outros, mesmo quando há divergência de opiniões. Ele afirma que há “ciúmes” entre os produtores e, portanto, é preciso muita “diplomacia” para tratar com eles, pois uns ‘denunciam’ os outros por não seguirem à risca os princípios do SF, e isso gera muitos conflitos. Cabe também ao diretor verificar se essas denúncias são verdadeiras. Além disto, os produtores, às vezes, não seguem as regras de produção, por exemplo, quando utilizam certos inseticidas. Entretanto, se o Giorgio lhes pergunta se estão usando tal inseticida, “fazem corpo mole” e argumentam que não tinham entendido que não era permitido usar. É, portanto, um trabalho de construção de respeito e reconhecimento entre os produtores e de constante controle das técnicas produtivas.

O Mercado da Terra se encaixa entre as iniciativas que visam fazer frente às práticas dominantes da produção industrial ao poder dominante na produção alimentar, ressaltando aspectos da prática de comercialização que vão além do objetivo de acumulação e lucro, como incentivar a convivência, o encontro social, as trocas de conhecimentos alimentares e o respeito ao tempo natural dos alimentos (cada um em uma estação definida).

A esse respeito, Gialunca Brunori et al. (2011) desenvolvem uma análise sobre “redes alimentares alternativas” em que os consumidores tomam a iniciativa de criar outras modalidades de consumo. A análise foca em grupos de compra solidária, promovidos por cidadãos que visam ter mais controle sobre os alimentos que consomem. O estudo analisa as mudanças que ocorrem nas rotinas de consumo após a adesão de um indivíduo a esse grupo, que atua, principalmente, na região da Toscana. Os autores consideram esse grupo de compra solidária como nichos sociotécnicos que, em vários momentos, entram em conflito com o macro regime sociotécnico de produção e consumo caracterizado pelos efeitos da globalização do sistema alimentar.

Os pesquisadores realizaram sua análise no “Gruppi di acquisto solidale” (GAS) que nasceu na Itália como iniciativa de uma rede de consumidores-cidadãos, cujo objetivo é aplicar o princípio de solidariedade nas compras diárias. Os critérios de organização desta rede são: escolha de produtos da estação e de produção orgânica; fontes locais; suporte aos produtores locais especializados em venda direta; regularidade de demanda por meio de consensos com os produtores; compra planificada; redução de embalagens; novos significados das necessidades dos consumidores, diferentes das sugestões da mídia;

controle social da qualidade pela troca de informação com produtores; promoção da confiança na rede.

Analisa as maneiras como esse grupo atua de modo a superar barreiras legais, tecnológicas e culturais para seu desenvolvimento. Os autores defendem que, ainda que esses nichos sociotécnicos não realizem uma transformação revolucionária no capitalismo, eles são mais do que meras oportunidades comerciais, na medida em que possibilitam que os consumidores possam exercer mudança no sistema a partir de suas compras alimentares. Nesse contexto, os consumidores são entendidos como coprodutores com capacidade de produzir “novos caminhos materiais e imateriais em seu dia a dia e novas fronteiras entre consumo e cidadania, consumo e produção, mercadorias e serviços, público e privado, doméstico e privado” (BRUNORI et al., 2011, p. 2).

As questões que permeiam o grupo de compra solidária estudado são semelhantes às que enfrentam os produtores que pertencem ao projeto Mercado da Terra, no sentido de que esse tipo de comercialização necessita de consumidores com “novas propostas” de consumo. São mercados que têm dia e hora para acontecer, então, não funcionam como um supermercado, que está disponível em vários horários e oferecem as mercadorias com muita variedade e frequência. O próprio ambiente do Mercado da Terra não é algo objetivado para a realização do maior número de compra no tempo mais curto possível – como os supermercados –, pelo contrário, as pessoas vão ao mercado com a disposição de encontrar outras pessoas, degustar alimentos variados, típicos da região, feitos com singularidades pelas receitas tradicionais (muito secretas) e, também, para fazerem a feira da semana. É um ambiente de forte sociabilidade e lazer.

Além disto, os consumidores estão dispostos a pagar um preço mais alto pelo que compram, pois entendem que o produtor precisa de um retorno de seu trabalho que lhe possibilite cobrir as próprias despesas. Os consumidores dessa feira defendem que é preciso reduzir a quantidade de mercadorias e optar pelo produto de melhor qualidade. Além disto, questionam muito as opções de compras em outros setores, como as vestimentas que, muitas vezes, são extremamente caras e não oferecem o mesmo prazer e saúde que um alimento produzido de forma “natural”.

Brunori et. al. (2011) discordam da visão tradicional, que considera o ato de consumir como pertencente à esfera individual, baseado em interesses próprios e restrito à esfera privada. Defendem o consumo como um novo espaço político, em que o consumidor é capaz de entender a relação de exploração por trás dos produtos dos preços

estabelecidos por forças impessoais e exploração do trabalho. Dessa forma, atribui-se importante papel aos consumidores que, conscientes da insustentabilidade ecológica e social do moderno sistema alimentar, conseguem inserir suas práticas de consumo no âmbito da cidadania. Assim, sabendo de onde vem o alimento e como é produzido, o consumidor transforma o consumo em um ato político. O que se aplica claramente no projeto Mercado da Terra.

Entretanto, os autores criticam iniciativas que oferecem ao consumidor de elite uma ampla opção de produtos éticos ou orgânicos, o que reforça muito mais o consumismo do que o papel de cidadão consciente e preocupado com o bem comum. Brunori et. al. (2011) assumem que a noção de Rede Alternativa de Alimento (AFN) ainda precisa de refinamento conceitual, mas segue a linha de entendimento de Goodman e Dupuis (2002), que a veem como iniciativas de produção alternativas que desafiam regras e normas de produção e consumo e constroem novas tecnologias e infraestruturas. Essas redes criam, assim, mecanismos de independência em relação aos grandes atores do sistema agroalimentar.

Os Mercados da Terra também constituem mecanismos de comercialização que fazem frente ao poder dos grandes atores do sistema agroalimentar dominante. No entanto, ressaltamos nossa posição, alinhada à argumentação de Holloway (2007), de que essas práticas não constituem uma “Rede Alternativa de Alimento (AFN)”, pois são demasiadamente distintas para serem entendidas assim. O Mercado da Terra é um caso entre inúmeras formas que os produtores criam de comercializar um produto que não se encaixa na produção comercial convencional. Entretanto, esses mesmos produtores utilizam também lojas – do sistema dominante – da cidade que se disponibilizam a colocar esses produtos em suas prateleiras. Ou seja, os produtores se inserem nos mecanismos dominantes de comercialização para vender seus produtos, não fazem uma separação drástica do sistema dominante, mas usam-no em benefício próprio – sempre que possível. Portanto, os produtores não criam mecanismos de independência em relação ao grande sistema agroalimentar, mas recorrem às suas próprias estratégias de comercialização para inserir seus produtos.

Esses produtores entram na cadeia de produção, distribuição e venda de seus produtos “bons, limpos e justos” e quanto mais essas experiências se ampliarem, se diversificarem de maneira criativa e conquistarem mais espaço no cenário social, mais elas serão capazes de inserir no mercado produtos cujos métodos de produção incorporam

valores éticos e ambientais. Este é um processo que envolve uma luta cotidiana.

Segundo Brunori et al. (2011), a escolha de participar em comunidades de suporte agrícola, por exemplo, implica um engajamento em processos sociais que formam novas estruturas de comunicação entre produtores e consumidores e novos significados sobre o tema alimentar. Desse modo, as Redes Alternativas de Alimento permitem a participação em movimentos que visam mudar as regras do sistema alimentar; a coprodução do consumidor; a reconfiguração das práticas sociotécnicas alimentares.

A análise dos autores é pertinente, mas carrega uma exigência sobre o consumidor que nos parece exagerada e, provavelmente, pouco viável para o cidadão comum. Por exemplo, a comunicação direta entre produtores e consumidores, ainda que seja em uma cidade de pequeno porte, pode ser algo difícil, já que envolve diferentes estilos de vida – urbano e rural –, os ambientes que as pessoas frequentam são variados, os círculos sociais também podem não coincidir. Contudo isto não precisa ser um problema para o consumo. Como mencionamos, o conhecimento e a informação são fundamentais, ou seja, os consumidores precisam ter um mínimo de interesse sobre as relações de produção que estão “por trás” do que consomem, precisam refletir sobre seus hábitos alimentares, a maneira como a alimentação se encaixa em sua vida. Porém a argumentação de Brunori et al. (2011), de que essas formas de consumo “alternativas” constituem um movimento capaz de mudar as regras do sistema alimentar e que “as redes alternativas de hoje poderão ser as redes dominantes de amanhã”, parece ser muito ambiciosa, tendo em vista que, como vimos, o controle da produção\distribuição alimentar mundial está fortemente sob o domínio de algumas cadeias de supermercados. Ou seja, olhando dessa forma, seria uma superpotência capaz de esmagar esse tipo de iniciativa, como o Mercado da Terra.

Segundo os autores, os participantes dessas redes são grupos minoritários da sociedade, mas não vivem isolados, ao contrário, estão em contextos de convivência cotidiana com consumidores convencionais. A adesão a essa nova rede supõe o abandono das redes antigas e a adesão às novas, o que não ocorre sem que se tenha que recriar novos padrões de sociabilidade e formar subesferas de convívio. Neste ponto, estamos de acordo com os autores, ou seja, visualizamos a possibilidade da coexistência de padrões de produção e consumo alimentar que se refazem em esferas sociais micro e que podem alcançar maiores dimensões. Entretanto não nos parece possível “prever” futuras



mudanças e grandes impactos dessas práticas num nível estrutural de maior alcance.

Para Brunori et. al. (2011), o consumo sustentável parte dos contextos sociais, simbólicos e materiais do indivíduo e cria tensões nos contextos em que atua, já que buscam mudanças em todas essas dimensões, desafiando regras instituídas e valores dominantes. Entendem o consumo como um processo de apropriação de itens em práticas sociais engajadas. Para a análise, focam no que está por trás das escolhas individuais, ou seja, os conhecimentos, valores e preconceitos que orientam as decisões. O consumo está baseado em sistemas sociotécnicos que ligam sistemas de provisão com bens do consumidor, como casas e carros e estruturas públicas, como ruas e estacionamentos. Além disto, devem-se considerar como parte do sistema as pessoas, o conhecimento, valores, habilidades e normas. A mudança em um desses aspectos implica, portanto, um reenquadramento de todo o sistema sociotécnico. Por exemplo, se se retirar o carro de um indivíduo, dificilmente ele conseguirá manter sua rotina de compras em grandes e distantes supermercados.

Esse exemplo ilustra bem que o sistema de produção e consumo alimentar está articulado numa rede complexa que toca em questões culturais, de 'status' e valores muito arraigados nas sociedades. Se a quebra de um valor, como a propriedade de um carro, for colocada como uma condição para a aquisição do produto oferecido pelas propostas “alternativas”, então, a comercialização deste produto encontrará barreiras que levarão um tempo incerto – se ocorrer – para mudar. E a necessidade imediata de subsistência do pequeno produtor não poderá esperar essa mudança. Portanto, ainda que reconheçamos a importância da reformulação dos valores culturais que orientam o consumo, as estratégias de venda devem encontrar mecanismos que garantam a comercialização dos produtos “naturais” do pequeno produtor e garantam sua sobrevivência com dignidade de forma imediata. Além disto, esses produtos em si já trazem relações sociais de produção não pertencentes ao sistema dominante e a sua venda concretiza um tipo de resistência.

Brunori et. al. (2011) reconhecem quatro categorias de consumidores: o convencional; o consumidor consciente, que sabe dos problemas, mas mantém suas rotinas de consumo; o consumidor ativista, que busca alternativa de compras; e o consumidor – cidadão ativo que está profundamente envolvido nas redes alternativas de alimentos. Os autores propõem que se entenda essa categorização como um *continuum*, em que o consumidor convencional pode se transformar

num ativo consumidor-cidadão por meio de reflexão, mudanças e aprendizados com a prática.

Em relação a essa categorização, não importa o tipo de consumidor, desde que ele esteja apto a adquirir os produtos, pois isto já revela nele uma disponibilidade de participar de outras formas de comercialização, outros produtos e outras relações sociais no momento da compra. Além disto, esse tipo de “previsão de *continuum*”, de que o consumidor convencional pode se transformar num ativo consumidor – cidadão mediante reflexão, mudanças e aprendizados com a prática, é algo impossível, pois esse mesmo consumidor pode se desinteressar pelo assunto, da mesma forma como começou a se interessar, ou seja, sem motivos determináveis.

Segundo os pesquisadores, os coordenadores são essenciais para a organização do GAS. Eles informam sobre os produtos, as demandas, os produtores, os preços, a frequência da entrega. A internet é o principal meio de comunicação e organização da rede. Em geral, os pontos de entrega ou coleta são centros sociais, clubes e igrejas. As feiras são importantes momentos de encontro face a face entre produtores e consumidores. Os encontros periódicos em que todos os participantes da rede podem participar são essenciais para a sobrevivência do GAS, ainda que nem todos os participantes possam frequentá-lo assiduamente. Especificamente, Brunori et. al. (2011) pesquisaram o grupo GAS de Pisa, o GAS.P!, que está formado por cerca de 400 famílias. Seus participantes buscam a “boa comida”, entendida como orgânica, sazonal, fresca e local. Além disto, consideram o GAS.P! um meio de se libertarem do sistema de provisão convencional por o julgarem insustentável e não confiável. Os produtos oferecidos pelo GAS.P! são: vegetais orgânicos, pão orgânico, laranja, pera e maçã orgânicas, frutas de verão, queijo, massa orgânica, organicbeef, óleo de oliva extra-virgem, vinho, detergente ecológico, filtros de água.

Essa breve apresentação do funcionamento do GAS.P! permite-nos fazer uma referência ao relato do Diretor do Mercado da Terra de Bolonha na entrevista realizada, quando falou das dificuldades da gestão da produção de pequena escala local. Nos dois casos, vemos que é necessária uma atuante e frequente coordenação, o uso de instrumentos de comunicação é fundamental; a certificação de que a produção está ocorrendo nos parâmetros esperados também precisa ser verificada, tanto pelos fornecedores como pelos consumidores. Neste ponto, é importante ressaltar que essa forma de produção no Mercado da Terra é bastante variada. Alguns produtores seguem os tradicionalmente

conhecidos períodos naturais das plantas que cultivam ou dos animais que criam, e usam receitas, geralmente, familiares, para a produção dos alimentos processados (queijos, salames, geleias); em outros casos, os produtores 'inovam' aprendendo novas técnicas, como a permacultura.

Uma discussão que permeia, frequentemente, no GAS.P! é sobre a qualidade e o preço dos produtos. Questões emergem, como “qual a qualidade dos alimentos orgânicos em relação aos vendidos nos supermercados?”, “qual deve ser a distribuição dos custos e benefícios entre produtores e consumidores?” ou “os preços dos vegetais não são mais baixos que os do supermercado” (Brunori, 2011, p. 17). Segundo os autores, esses aspectos tocam em valores, motivações e comportamentos dos participantes e não têm uma resposta única. Entretanto muitos deles insistem em que o preço mais baixo não é o objetivo, porque, de fato, estão preocupados com preços justos.

Em relação às mudanças de rotina, alguns adeptos sentem muito prazer em deixar em casa seus carros e caminharem até os pontos de entrega dos produtos. Os *emails* também são usados para trocar informações de como cozinhar certos alimentos menos conhecidos ou para a produção de *yogurte* com as enzimas do leite. Além disto, esses espaços possibilitam a troca de outros itens, como bicicletas, carrinho de bebês que não são usados ou mobílias. Segundo os pesquisadores, a rede do GAS.P! tem as seguintes características: baixa conveniência; são muito saudáveis; deixam baixa margem de escolha; alto poder educativo; pouca variedade, mas alta diversidade de espécies locais; rica em sabores; pouca estética; muito valor simbólico; é ética; e favorece o vínculo ético entre os participantes da comunidade.

Inúmeras questões permeiam a produção e consumo alimentar e, nas diversas práticas, vêm à tona e são respondidas, algumas vezes, de maneiras similares, como a da qualidade ou o preço. Neste sentido, o SF revelou uma boa “perspicácia” ao desenvolver uma filosofia cujos princípios – bom, limpo e justo – abarcam todas essas iniciativas de uma maneira que não as iguala e homogeneiza, pelo contrário, eles enfatizam o valor da diversidade.

Outro fator que é muito requisitado pelo SF e que aparece bastante, tanto no Mercado da Terra de Bolonha como nas experiências do GAS.P! relatadas, é a capacidade de iniciativa e coordenação dos participantes. Isso é fundamental para o êxito dos projetos.

Em relação às estratégias oferecidas pelo SF, o Mercado da Terra é uma boa opção para os pequenos produtores, mas não é suficiente. Como relata Giorgio, eles buscam outras saídas para seus produtos para conseguir completar a renda, inclusive entram em lojas convencionais.

Como argumenta Holoway et al. (2007), há formas de fazer frente ao poder dominante, inclusive, quando, para isto se usam os seus instrumentos, como suas lojas e supermercados. A seguir, vemos a foto de um *stand* de queijos tirada no Mercado de Alba.

Foto 12 - Mercado da Terra de Alba - Fevereiro de 2013



Fonte: Acervo da autora

#### 4.4 A FORTALEZA 'BOTTARGA DI ORBETELLO': UM TRABALHO QUE LEVOU AO ÊXITO COLETIVO

A lagoa de Orbetello se situa na Província de Grosseto, que é uma importante zona úmida da “Maremma Toscana”. Nesta região, a “Orbetello Pesca Lagunare Società Agricola a r. l.”, da qual faz parte a cooperativa “La peschereccia a r. l.” de 58 pescadores, realiza um trabalho de pesca que integra ao projeto Fortaleza do Orbetello. Esta Fortaleza conta com o suporte da Província de Grosseto. Nela realizam uma gestão que agrega a pesca e a proteção ambiental e, com esse procedimento, eles garantem a presença na lagoa de várias espécies, como o robalo, o linguado, a tainha e a enguia. Por meio deste trabalho, os integrantes dessa Fortaleza afirmam que conservam um importante patrimônio cultural pela conservação de uma antiga técnica de pesca,

fruto de experiências antigas. Os produtos são distribuídos por toda a Itália.

Na visita de campo, observamos que a produção é feita artesanalmente, sob um rigoroso controle higiênico, que mantém as características organolépticas dos alimentos. Todas as etapas do processo, desde a preparação até o empacotamento, são feitas por técnicas metodicamente aplicadas. Todas as informações sobre os produtos são expostas de forma clara na embalagem. Os participantes fazem um 'workshop' de processamento de peixe; têm uma loja e um mercado de peixes; e, às tardes, funciona um pequeno restaurante que oferece pratos típicos locais feitos com o que pescam no dia. Nos últimos anos, eles vêm oferecendo também passeios turísticos em barcos para mostrar o encontro da lagoa com o mar, onde pescam a tainha.

Os produtos oferecidos são: Palamitadi Mare di Toscana (molho; filé ao óleo de oliva extra virgem; creme); Bottarga di Orbeleto (inteira; ralada no vidro; ralada no saquinho; metade; em pedaço); Fatia de enguia marinada; Molho de robalo; Molho de orata; Molho de Sugarello; enguia sfumate; ombrina defumada; tainha defumada. A seguir vemos a foto da Fortaleza da botarga de Orbetello.

Foto 13 - Fortaleza da botarga de Orbetello – Fevereiro de 2013



Fonte: Acervo da autora.

No caso do Orbetello, detectamos que aspectos tanto organizacionais, institucionais e estratégicos, como as tecnologias e maquinárias, contribuíram para o êxito da “commodity chain” deles. E não podemos deixar de ressaltar que o trabalho em equipe é muito bem organizado e voltado para uma produção de qualidade, que traz retorno a todos os participantes. Estes tiveram uma profunda compreensão dos princípios do movimento e orientaram suas ações no sentido de usar todos os recursos disponíveis, como o apoio governamental, o trabalho em equipe, os conhecimentos técnicos tradicionais existentes para a concretização do projeto que traz o bem comum.

Como já foi explicado, a idealização do projeto Fortaleza envolve a ideia do fortalecimento do território por meio do suporte aos produtores locais em cultivar as suas espécies nativas. A proposta do território é enfatizada no movimento de acordo com Marcos Saquet (2004):

Um território é produzido, ao mesmo tempo, por relações políticas, culturais e econômicas, nas quais as relações de poder inerentes às relações sociais estão presentes num jogo contínuo de denominação e submissão, de controle de espaço geográfico. O território é apropriado e construído socialmente, fruto do processo de territorialização, do enraizamento; é resultado do processo de apropriação e domínio de um espaço, cotidianamente, inscrevendo-se num campo de poder, de relações sócio-espaciais (p.129).

A Fortaleza do Orbetello fortalece o território, pois dinamiza a economia local, garante a permanência das pessoas e seus traços culturais. Observamos, também, que as experiências exitosas do SF na Itália contam com o apoio de campos de poder na sociedade. No caso da Fortaleza do Orbetello verificamos o apoio político da Província de Grosseto, que é fundamental para a consolidação do projeto. Percebemos que a população local se organiza e utiliza de forma coordenada tanto seus recursos culturais e naturais, como as forças de poder que são as autoridades locais e o próprio Slow Food - um forte eixo de poder informal na sociedade italiana.

Segundo Saquet (2004),

[...] a territorialidade é o acontecer de todas as atividades cotidianas, seja no espaço do trabalho,

do lazer, na Igreja, na família, na escola, etc., resultado e condição do processo de produção de cada território, de cada lugar. A territorialidade é cotidiana, multiforme e as relações são múltiplas, e por isso, os territórios também o são, revelando a complexidade social [...] (p. 140).

Como vimos, a Fortaleza do Orbetello envolve 58 famílias que, além de compartilhar a atividade econômica, fazem parte de uma rede de sociabilidade que a ultrapassa, como o convívio cotidiano dos filhos nas escolas, igrejas, etc. Isso contribui para a consolidação de uma identidade local com valores compartilhados, o que influencia o desenvolvimento da atividade comercial.

Em relação ao contato com ambientes externos à comunidade local, Saquet (2004) defende que:

Como o território é natureza e sociedade simultaneamente, é economia, política e cultura, ideia e matéria, fixos e fluxos, enraizamento, conexão e redes, domínio e subordinação, degradação e proteção ambiental, é local e global e singular e universal concomitantemente, terra, formas espaciais e relações de poder, podemos apreender aspectos de suas articulações internas e externas, dialeticamente (p.144).

Dessa forma, ao participar de um projeto Slow Food, a Fortaleza do Orbetello se coloca em contato com experiências de atividade de produção muito variadas, com outros tipos de conhecimentos e tecnologias, tem acesso a conhecimentos especializados, e mostra seu trabalho para pessoas de outros lugares distantes. Um exemplo de contato da Fortaleza do Orbetello com pessoas de outras localidades foi a visita feita pela equipe da Associação Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (ASBRAER) a esta. A equipe estava numa Missão Técnica Brasil/Itália, promovida pela própria ASBRAER, com o intuito de conhecer técnicas e estratégias italianas direcionadas à produção e comercialização de mercadorias agrícolas. Na ocasião desta visita, uma reportagem revela que um dos participantes da delegação brasileira, o diretor da Epagri – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina, Ditmar Alfonso Zimath refere que:

[...] a adaptação desses modelos de comercialização à realidade brasileira traria pelo menos dois ganhos à sociedade: os consumidores teriam acesso a produtos nacionais com valor agregado de cultura, associado a um processo de educação; o agricultor, por sua vez, alcançaria melhor oportunidade de valorizar sua forma de vida, de trabalho, ao mesmo tempo, de resgatar suas raízes. “Seria uma revisão do próprio processo educativo de formação da sociedade brasileira, algo que não trabalhamos muito para a valorização dos alimentos e isso é muito forte nas experiências que vimos até agora”, afirma Ditmar, ao acrescentar que “talvez essa seja a grande virtude do trabalho feito tanto pelo *Eataly* quanto pelo *Slow Food*” (ZIMATH, 2013).

Essa visita se revela muito útil tanto para os produtores italianos da Fortaleza do Orbeletllo, que vão ampliando suas redes de contatos, como para essa equipe de brasileiros que trabalham com a extensão rural, pois tiveram a oportunidade de conhecer de perto uma experiência italiana e agora poderão levar o aprendizado para seus trabalhos em suas realidades brasileiras. Entretanto, ainda que haja a oportunidade de troca de experiências, a execução em outros contextos sociais trazem algumas dificuldades. Os membros da ASBRAER, por exemplo, durante a explicação dos pescadores italianos apontaram uma série de impedimentos legais para a reprodução da experiência em seus estados no Brasil.

Portanto, ao pertencer à rede SF, esses produtores têm a possibilidade de reforçar seus laços locais e, ao mesmo tempo, entrar em contato com localidades distantes e realizar trocas essenciais para aprimorar suas práticas de produção e consumo. A seguir vemos a foto da expedição da ASBRAER para conhecer a fortaleza de Orbetello.



Foto 14 - Profissionais da ASBRAER em visita técnica à Fortaleza Slow Food - Fevereiro de 2013



Fonte: Acervo da autora.

#### 4.5 SÍNTESE DO CAPÍTULO: A PARTIR DA LÓGICA DOS FLUXOS SOCIAIS, AS EXPERIÊNCIAS EXITOSAS CONSTITUEM PARÂMETROS DE REFLEXÃO SOBRE O CASO DE PIRENÓPOLIS

Partindo da proposta de análise dos fluxos sociais e da abordagem construtivista de Long (2007), consideramos que as experiências exitosas não se repetirão em contextos distantes como algo que chega de cima, seguindo a normativa do SF. Entretanto, levantam reflexões que podem servir de parâmetro para se pensar Pirenópolis, além disto, seus exemplos podem servir também de guias para se pensar possibilidades de ação em outros contextos.

No decorrer do capítulo, foram analisadas algumas questões que permeiam a prática do movimento e apontados algumas dificuldades de aplicação de sua filosofia. O movimento passa por problemas de organização dos produtores; a sua filosofia nem sempre é compreendida e incorporada por eles; e as estratégias de comercialização nem sempre são suficientes para suprir toda a renda que necessitam. A qualidade dos

produtos coloca em questão os princípios éticos de tratamentos dos animais. As escolhas de consumo são influenciadas por contextos sociais, simbólicos e materiais específicos difíceis de serem mudados. Encontra-se dificuldade em reunir produtores que aceitem as regras de produção e, quando isto é conseguido, inúmeros problemas cotidianos precisam ser solucionados. Para tanto, é necessário muito esforço de todos os envolvidos para que o mercado se concretize, e isto é outro problema. As reflexões desenvolvidas neste capítulo servirão como parâmetro de análise para o caso específico do Slow Food Pirenópolis, o que será feito no próximo capítulo.

## **5 O SLOW FOOD EM PIRENÓPOLIS: CONFLITO ENTRE O SENTIDO DAS PRÁTICAS DO ARCIGOLA E AS INTERPRETAÇÕES DO MOVIMENTO LOCAL**

O processo de reinterpretação dos princípios do SF gera tensão entre a maneira de entender o movimento decorrente da intensa prática associativa do Arcigola e as diversas outras formas de entender o movimento de acordo com as características locais. Assim, com a globalização do movimento, como ele se concretiza no contexto local será o foco de análise deste capítulo.

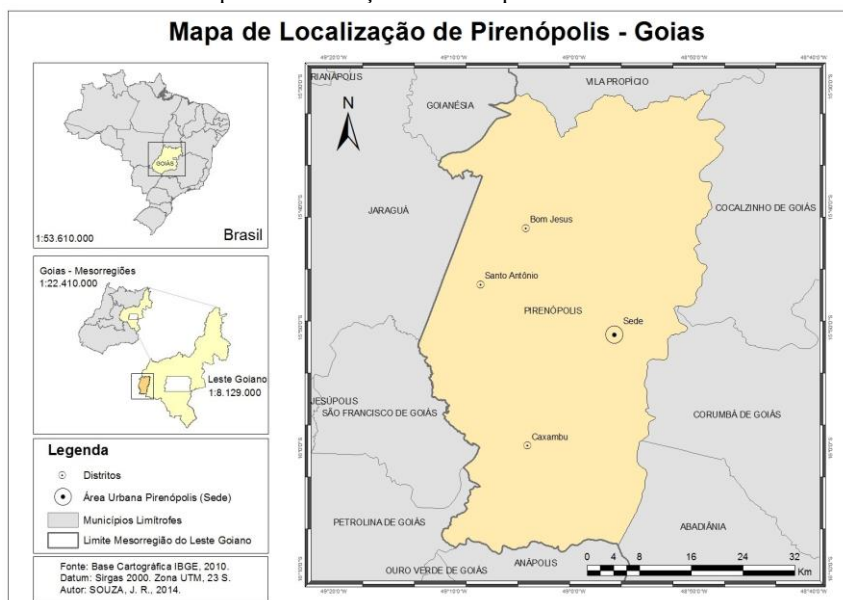
Os projetos do SF mobilizam vários atores sociais – poder público, agricultores, técnicos especializados, comerciantes –, cada qual com sua maneira de entender o movimento e seus interesses, a partir dos quais se configuram as relações de poder no movimento. A proposta do SF, de que seus projetos sejam realizados por ações coletivas, politizadas e vinculadas à gastronomia, que buscam o prazer na própria militância e visam ao bem comum, irá entrar em contextos sociais onde existem outras visões e interesses na realização dos projetos. Como a filosofia do movimento é ressignificada pelos seus sócios e colocada em prática?

Como cada iniciativa é única, Holloway et al. (2007) diferenciam diferentes campos analíticos dentro de um projeto: lugar de produção; método produtivo; supply chain; arena de troca; interação entre produtor e consumidor; motivação dos participantes; e construção de identidades. Os autores esclarecem que as relações entre esses campos configuram uma “matrix” particular a cada projeto. Essa perspectiva analítica permite que se localize num projeto onde reside a capacidade de fazer ante o poder dominante ou suas debilidades de realização.

Neste capítulo, analisaremos o Convívio Slow Food Pirenópolis e o projeto Fortaleza do Baru que se realiza nesta cidade.

## 5.1 A ORIGEM DO SLOW FOOD EM PIRENÓPOLIS

Mapa 4- Localização de Pirenópolis – Goiás



Fonte: SOUZA, J. R., 2014

Em Pirenópolis, existem dois produtos no SF, a castanha do baru (*Dipteryx alata Vog*), que faz parte da Fortaleza e da Arca do Gosto, e a cagaita (*Eugenia dysenterica DC*), que faz parte da Arca do Gosto.

A líder do Convívio Slow Food Pirenópolis, que receberá o nome figurado de Rebeca, é antropóloga, nasceu na região sul do país e afirma que desde adolescente se interessou por questões alimentares, buscando saber sua origem, sua qualidade e sobre a produção dos orgânicos. Tornou-se vegetariana e levou estas questões alimentares para o convívio em família. Como antropóloga passou seis anos na Paraíba numa organização que dava assistência técnica de produção a camponeses no semiárido.

A Rebeca informa que, desde o ano 2000, já trabalhava com a comunidade do Caxambu, que, atualmente, é a mais atuante da Fortaleza do Baru – composta também pela Comunidade do Bom Jesus e a Comunidade de Santo Antônio. Em 2003, estava coordenando um projeto de certificação participativa na Rede Cerrado, que envolvia 20

entidades do Cerrado, em colaboração com a Embrapa<sup>39</sup>. Este projeto de certificação seguia o modelo da Rede Ecovida<sup>40</sup> do sul do país. Nesta ocasião, Rebeca foi a Brasília para uma reunião na Embrapa e conheceu o representante italiano do SF no Brasil, que estava atuando em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário para a seleção de produtores que iriam para o Terra Madre em 2004. Este foi um importante momento, pois o representante fez uma proposta à líder de ajudá-lo a mapear os produtos típicos do Cerrado. Ela aceitou e juntamente com um colega da Rede Cerrado selecionaram produtos para ir ao Terra Madre.

Em 2004, Rebeca foi ao Terra Madre convidada pelo SF e teve seu primeiro contato com o movimento. As relações de interface, nessa ocasião, foram fundamentais. Rebeca assegura que o encanto foi imediato, pois nunca tinha passado pela experiência de sentar-se em uma mesa em que vários profissionais – chefes de cozinha, pesquisadores, produtores, etc. –, provenientes de vários países de diversas áreas, discutiam questões afins, enquanto comiam e falavam sete idiomas diferentes. Rebeca atesta que foi surpreendente, porque ela estava acostumada a frequentar encontros setoriais entre profissionais.

Nas ocasiões dos encontros Terra Madre, a equipe organizadora do SF consegue hospedagem para os participantes do mundo todo em casas de produtores locais, na região mais próxima a Turim. Foram nessa viagem, Rebeca, seu colega da Rede Cerrado, a filha do produtor de Caxambu, outro agricultor e um comerciante italiano que morava em Goiânia. Estes representantes foram selecionados por Rebeca e o representante do SF. Eles se hospedaram nas casas dos produtores italianos e puderam ter um contato mais próximo com eles. Essa foi também a primeira experiência dela de viagem para a Europa.

Quando voltou ao Brasil, Rebeca assevera que estava muito motivada para iniciar um Convívio Slow Food em Pirenópolis. Ela queria ajudar a divulgar e a fazer o Slow Food crescer. E foi essa motivação que a fez procurar amigos e conhecidos que ela sabia que

---

<sup>39</sup> Empresa de inovação tecnológica focada na geração de conhecimento e tecnologia para a agropecuária brasileira. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/quem-somos>>. Acesso em 24 jan. 2013.

<sup>40</sup> A Rede Ecovida possui o selo Ecovida, que é adquirido pelos membros que seguem as normas de conduta e produção e os princípios e fundamentos da Certificação Participativa. Disponível em: <<http://www.ecovida.org.br/category/a-rede/certificacao/>>. Acesso em 24 jan. 2013.

tinham abertura para a “filosofia” do movimento, e, portanto, poderiam ajudá-la a formar o Convívio.

No período de 2004 a 2006, ela realizou reuniões para divulgar o movimento e trazer essas pessoas para o Convívio. Estas reuniões eram cada vez na casa de um participante, e cada um levava lanches ou outros pratos feitos por eles próprios. Era explicado que os participantes deveriam procurar receitas “típicas” de família e/ou tradicionais de alguma região e também trazer informações sobre os produtos que usavam.

Nesse processo de apresentação e convencimento de que as pessoas participavam, Rebeca conta que, pela primeira vez, se deparou com a questão “o que eu ganho com isso?”, “eu pago uma associação e depois, o que eu ganho?”. Esses eram os questionamentos dos participantes. Podemos observar que o deslocamento do SF para outra localidade implica inserir-se em outro contexto local, cujo conceito de território, a sensação de pertencimento e de patrimônio local não são tão arraigados. Esse fato se torna mais característico em Pirenópolis, por ser uma cidade que reúne pessoas de várias outras localidades do Brasil.

Ela percebeu que teria que lidar com a questão da motivação a qual ela mesma já havia conseguido por meio de seu interesse anterior por questões sociais e motivação pessoal pela questão alimentar, somado à experiência que teve no Terra Madre 2004, que tinha sido inovadora e atrativa. A formação como antropóloga, certamente, a ajudou a dar à sua agência um sentido coerente com a filosofia do SF italiano, adaptada aos significados do contexto local.

Nesses encontros de interface, Rebeca confirma, também, que as pessoas tendiam a se negar a assumir qualquer tipo de responsabilidade. Para lidar com a questão, num primeiro momento, tentou fazer uma mobilização “de convencimento” que fosse prazerosa, seguindo a ideia do SF. Para tanto, organizava encontros nos quais havia trocas de saberes e conhecimentos sobre os pratos levados pelos participantes. Rebeca incorporava a ideia de prazer no momento do convencimento.

As pessoas começaram a gostar desses encontros, de retomar práticas de cozinhas que há muito não faziam, de levar estas experiências aos amigos e ter esses momentos de convívio e trocas. Nessas ocasiões a entrevistada explicava a filosofia do SF. Nos encontros, ela não dava responsabilidade de atividades para ninguém, pois as pessoas não demonstravam disposição. Para manter um Convívio e realizar uma Fortaleza, é necessário cumprir algumas tarefas, como fazer relatório de atividades do Convívio, contabilizar os sócios, dar seguimento à Fortaleza, visitar os produtores, saber de seus

problemas, buscar soluções, entre outras atividades. Mas, Rebeca não oferecia nenhuma dessas atividades, somente estimulava a realização de lanches e encontros sociais gastronômicos para discutir sobre a alimentação. Assim, apesar das dificuldades, segundo ela, a formação do Convívio se resolveu “naturalmente” por meio dos encontros e refeições conjuntas e se constituiu com seis ou sete pessoas.

Quando ela garante que a questão da motivação dos participantes se resolveu naturalmente, se fizermos uma análise mais apurada, perceberemos que Rebeca teve habilidade para conseguir manter o grupo e a vida do Convívio, e o fez realizando atividades voltadas para o prazer, que tocavam em suas memórias familiares, como a “receita da vovó”. Para tanto, certamente, ela lançou mão de seus conhecimentos como antropóloga, de resgate cultural, de retorno a padrões antigos e revisão das escolhas de vida e construção de seus mundos particulares. Então, o que foi chamado por ela de ‘natural’ foi, na verdade, o resultado de um trabalho social minucioso e perspicaz pelo qual ela conseguiu convencer e manter essas pessoas ao grupo.

Nesse meio tempo, a entrevistada participava de outros encontros do Slow Food fora de Pirenópolis e voltava com folhetos explicativos que ajudavam na compreensão do movimento. Como podemos ver, o Convívio Slow Food Pirenópolis estava formado por pessoas que apoiavam a ideia do movimento, mas não se engajavam em práticas coletivas.

Em 2006, Rebeca voltou ao Terra Madre e ampliou sua adesão ao SF. Para isto, foi a Bra para conhecer o Escritório Internacional, a editora Slow Food e inscreveu o Convívio de Pirenópolis, que passou a existir formalmente no movimento. Nesse momento na Itália, ela conheceu também outras comunidades de produtores, recolheu material e, ao retornar, repassou para outras pessoas em Pirenópolis e outras das redes pelas quais circulava. Segundo a líder, “as pessoas começaram então a se empolgar e o Convívio cresceu”.

Podemos observar que a concretização do Convívio em Pirenópolis se concentrou, preponderantemente, no apoio à filosofia do movimento sem a efetivação de práticas concretas que fossem além de reuniões gastronômicas.

Rebeca instituiu também a candidatura do Barú como Fortaleza. Como era a líder do movimento em Pirenópolis, a equipe do Escritório Internacional a convidou para participar na elaboração do Protocolo de Produção do barú. Para formar uma Fortaleza, é necessário formular esse protocolo. Ela conta que, como o SF não conta com um escritório e técnicos empregados que vão ao local, o SF:

[...] usa muito a estrutura dos sócios, o conhecimento dos sócios, pra, pra né [...] fazer essa aproximação das comunidades, então as pessoas já têm uma inserção em algumas comunidades, em algum... né é uma realidade, entram para o Slow Food e aí acabam fazendo o casamento (informação verbal)<sup>41</sup>.

O SF tem um modelo de protocolo que especifica as informações que devem constar. A partir desse modelo, em 2004, Rebeca e os agricultores constituíram o protocolo do baru. Para tanto, esta líder refere que começou a discutir com a comunidade a forma de colocar o que eles já tinham no modelo do protocolo fornecido pelo SF. Eles fizeram várias reuniões nas quais esta líder ia fazendo uma série de perguntas aos agricultores sobre o processo de produção do baru e reunindo todas as informações necessárias.

Nesse protocolo, é preciso descrever o produto mostrando seu risco de extinção, se é típico da região, se possui um mercado favorável, como se produz, quem produz, como funciona o grupo. É necessário que se descreva o processo desde o cultivo até a venda, passando pelo processo de coleta, armazenamento, quebra, escolha e torra. Todo o protocolo é feito em grupo. É enviada uma cópia ao Escritório Internacional, e várias cópias do protocolo devem ser distribuídas para todos os agricultores.

Após isto, ela reordenou todas as informações recolhidas e, em suas próprias palavras, “traduziu para o modelo do protocolo”. Depois, ela levou o protocolo pronto aos agricultores e verificou se estava tudo em conformidade com o que haviam discutido.

Depois de aprovada a Fortaleza do Baru, em 2006, o SF pediu e financiou a criação de um rótulo. A primeira leva de financiamento foi em 2008, num valor aproximado de dez mil reais, repassado à Associação de Desenvolvimento Comunitário de Caxambu. Essa verba foi aplicada na contratação de uma designer para criar o rótulo, embalagens e outros gastos de produção. Como o baru, depois de torrado, tem uma duração de, aproximadamente, dois meses, seu empacotamento é feito a vácuo por uma máquina que a associação já possuía. O segundo financiamento foi em 2010, num valor um pouco

---

<sup>41</sup> Entrevista concedida pela líder do Convívio Slow Food Pirenópolis em julho de 2012. Entrevistadora Manuela Alvarenga do Nascimento.



inferior, e foi utilizado para organizar reuniões entre as três comunidades participantes.

A partir de alguns contatos em Pirenópolis, esta líder e seu colega de trabalho na Rede Cerrado pensaram em fazer a união com outras comunidades para ampliar a Fortaleza do Barú. Essas outras associações trabalhavam diferente de Caxambu, porque deixavam algumas partes de seu trabalho nas mãos de técnicos, não apresentando, portanto, a capacidade de iniciativa dos produtores, tal como existia em Caxambu. Segundo a líder, os técnicos coordenavam todas as atividades destas outras comunidades. Exerciam uma relação de poder nessas atividades.

Mas a líder e seu colega, assim mesmo, quiseram juntá-las à comunidade de Caxambu para dar uma amplitude maior à Fortaleza do Barú. Criaram algumas unidades de beneficiamento nessas duas outras comunidades. Entretanto ela declara que essa união de comunidades não se realizou efetivamente, pelo menos não como era esperado – ou seja, um trabalho coletivo, com atividades bem organizadas. Atualmente, ela assegura que a comunidade de Santo Antônio ainda continua, mas a comunidade de Bom Jesus atua muito pouco. Segundo a líder, a Fortaleza do Barú passa por esse dilema “que é a questão da organização social”.

Na ocasião em que estava trabalhando com a rede cerrado, Rebeca conheceu uma importante colega de trabalho no Ministério do Desenvolvimento Agrário. A ida ao Terra Madre, em 2006, aconteceu como resultado do trabalho dela, juntamente com esta colega – que substituiu o anterior representante do SF no Ministério do Desenvolvimento Agrário. Posteriormente, a líder juntamente com esta mesma colega ficaram trabalhando junto em Brasília durante cerca de cinco meses na organização do Terra Madre Brasil, em 2007, primeiro Terra Madre fora da Itália. Evento apoiado pelo SF e MDA.

Entre as atividades do Convívio Pirenópolis, a líder destaca o Encontro de líderes de Convívios em 2009, em Pirenópolis, onde foi exibido um filme do Seu Bené (produtor de mandioca do Pará) e jantar de confraternização. Os recursos para a realização deste evento foram viabilizados pela colega de trabalho, representante do SF no MDA. Esta líder informa que também participou da Feira de Economia Solidária e organizou o *stand* da Fortaleza do Barú. No primeiro Festival de Gastronomia em Pirenópolis, o grupo do SF não conseguiu fazer nada. No segundo Festival, realizou oficinas sobre ecogastronomia com os seus alunos no Festival Gastronômico de Pirenópolis, ocasião em que o

Convívio também levou a Chef Tereza Corção<sup>42</sup> e fizeram um evento na casa da Chef francesa, mas tiveram problemas técnicos e poucas pessoas conseguiram ir. Além disto, comemoraram o Terra Madre Day. Participaram no segundo Terra Madre Brasil, em 2010, com uma oficina do Convívio, para cujo evento levou duas turmas de alunos.

Em relação aos produtores, o início das atividades do SF em Pirenópolis se deu num contexto onde já havia uma experiência associativa entre eles. O casal mais antigo da comunidade de Caxambu já tinha larga experiência associativa. O marido é agricultor e a esposa é professora. O agricultor, a partir de agora, será chamado de agricultor 1. Ele trabalhava na Comissão Pastoral da Terra (CPT) desde a década de 1970, a qual mantinha vários trabalhos de assistência social. Em 1989, fundaram a Associação de Desenvolvimento Comunitário de Caxambu (ADCC), que era voltada para ações políticas para conseguir recursos para postinho de saúde, asfalto e outros benefícios aos moradores da comunidade. A ida de uma médica sanitarista para trabalhar nesse local foi um marco importante para dinamizar suas atividades.

A mudança deste agricultor 1 para formas de produção “não convencionais” – sem uso de agrotóxicos, adubos químicos e com técnicas sustentáveis de plantio – ocorreu por um caso de doença na família. No início da década de 1990, o agricultor 1 ainda plantava no sistema convencional, mas seu filho ficou doente por lidar com os agrotóxicos. A colheita era realizada duas vezes por semana (abóbora, jiló e pepino) e usava-se muito herbicida. O agricultor 1 esclarece que, por lidar com esses produtos, o menino, que tinha cerca de 15 anos, teve reumatismo no sangue e quase virou leucemia. No início, os pais procuraram ajuda com o médico alopata, mas como não surtia efeito, então, a mãe procurou um médico homeopata que tratou com homeopatia e medicamentos mais “naturais”, além de reorientar os hábitos alimentares. Depois disto, o pai decidiu largar a produção convencional. Passou a trabalhar com a castanha do baru em 1995. A produção deste agricultor era restrita e voltada para a venda no CEASA. Para o consumo da casa eles compravam no mercado.

Os agricultores participavam de cursos oferecidos por organizações como a FUNATURA<sup>43</sup>, Instituto Sociedade População e Natureza, (ISPN) – que recebe recurso do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e financia projetos em todo o cerrado

---

<sup>42</sup> Chef executiva de um famoso restaurante no Rio de Janeiro.

<sup>43</sup> Fundação pró-natureza.

– e a Fazenda Vagafofo<sup>44</sup>. O proprietário da Vagafofo foi quem deu um dos primeiros cursos a esses agricultores, para aprenderem a fazer geleia, *chutney*, *picles* e aproveitar o ibisco para fazer geleia ou secar para chá. Além da médica, este empresário foi uma das pessoas que os orientou. Estas organizações também realizaram cursos de aproveitamento de frutas com desidratação e aproveitamento de leite. Como os agricultores aprenderam a lidar com vários produtos, mas não contavam com pessoal suficiente para manter uma produção tão diversa, eles concentraram na produção do que tinha mais aceitação comercial. São mais ou menos 10 famílias envolvidas nessa produção mais variada, e com o baru são cinco famílias. Além dos cursos esses agricultores também aprenderam com outras experiências. O projeto inicial do baru começou com base na experiência do Centro de Tecnologia Agroecologia de Pequenos Agricultores (AGROTEC) de Diorama, que foram os primeiros a trabalhar com o baru.

Com a líder do SF, o primeiro projeto realizado em 2000 se chamava “Promessa de futuro e ecologia em Caxambu”, com cursos na própria “roça”, visitas no Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado (IPEC). Além disto, fizeram cursos no SEBRAE de administração rural, de boas práticas de fabricação e de reflorestamento com mudas de árvores nativas.

## 5.2 DOMÍNIOS SOCIAIS EM PIRENÓPOLIS

Como vimos, a proposta do SF é, como movimento social, reunir o maior número de pessoas que estejam de acordo com sua filosofia para participar de ações que contribuam para viabilizar uma mudança nos padrões de produção e consumo alimentar mundialmente. Entretanto as pessoas que aderem ao movimento têm diferentes posições na estrutura social, portanto, sua atuação no movimento implicará o 'encontro' dessas posições e trabalharão, teoricamente, voltadas para esta finalidade em comum.

No presente estudo, um importante foco de análise será no âmbito dos domínios sociais e na maneira como os atores, posicionados nestes domínios, se apropriam da filosofia SF, a reformulam e a colocam em prática. Assim, será importante analisar quem adere ao movimento SF

---

<sup>44</sup> A Fazenda Vagafofo é uma Reserva Particular do Patrimônio Natural, criada em 1990, para promover a educação ambiental, o ecoturismo e a produção sustentável de alimentos. Disponível em: < <http://www.vagafofo.com.br/>>. Acesso em 24 jan. 2013.

em Pirenópolis? Qual a sua posição na estrutura social? Quem são os líderes do movimento? Por que eles assumem a liderança?

No Brasil, predominam dois domínios sociais dentro do SF: o domínio social dos profissionais especializados, que têm uma história de constituição de rede nacional; e o domínio social dos “produtores”, que se orientam pela lógica do *livelihood*.

### **5.2.1 Domínio social dos profissionais especializados**

O início das atividades do SF em Pirenópolis se deu por intermédio da líder do movimento, a qual, por meio do trabalho e seu estilo de vida, se relacionava com pessoas que, em conjunto, formam um domínio social específico, que chamamos profissionais especializados. Quando nos referimos às origens sociais dos indivíduos, ou campo social, nos referimos à sua posição em termos de distribuição material, cultural, de informações que se estrutura historicamente numa sociedade. Então, quando declaramos que um indivíduo é do campo, temos uma ideia do tipo de condição material de que ele desfrutou em sua vida, a formação cultural a que teve acesso, as leituras, as discussões que participou, o estilo de vida, etc. A posição profissional que o indivíduo ocupa, como um cargo público diretivo, no meio empresarial, ou como profissional autônomo, reflete as estruturas sociais as quais teve acesso por estar neste campo.

Como o conceito de campo social é rígido, o conceito de domínio social é mais adequado para analisar o SF. Chamamos de domínio social dos profissionais especializados as pessoas, com formação profissional específica, que se associam ao SF e estão dispostas a repensar seus hábitos alimentares e a dar significados às suas práticas, que se distinguem das práticas dominadas pela indústria alimentar. Na ações dentro do SF, estes associados podem usar seus conhecimentos profissionais para viabilizar os projetos. Nesse domínio, circulam valores e visões de mundo que são vivenciados por pessoas que desfrutam de uma condição material confortável e uma formação educacional mais sólida. Como as preocupações com as práticas alimentares não são homogêneas, ou seja, são reinterpretadas segundo as visões de mundo de pessoas e grupos, ponderamos que essas pessoas formam um domínio social que se reestrutura constantemente. As considerações, a seguir, elucidarão o que entendemos como domínio social dos profissionais especializados em Pirenópolis.

A formação como antropóloga, a preocupação com a questão alimentar e com as questões sociais levaram Rebeca a transitar por

meios sociais específicos. À medida que a líder foi traçando relações sociais com associações, ONGs e agências governamentais, ela foi fazendo conexões com pessoas que têm experiência em trabalho comunitário, em alimentação e que trocam ideias e impressões entre si. Essas interações vinculam pessoas em diferentes posições sociais, as quais, geralmente, são profissionais com alguma qualificação educacional que estejam inseridos em organizações públicas ou privadas e trabalhem em questões comuns sob diferentes aspectos, de acordo com a área profissional de cada um.

Assim, quando a líder realiza um trabalho numa ONGs lidando com trabalhadores rurais, ela também tem colegas que desempenham ali a função de nutricionista, de biólogo, de engenheiro, de sociólogo, de geógrafo, etc. Essas relações formam domínios sociais que são construídos e reconstruídos constantemente. Esses domínios sociais se caracterizam por serem meios culturais de nível educacional elevado, o que, geralmente, garante boas condições de vida material. Os debates são mais ricos e a vida cultural é mais intensa.

O *Know how* da líder em trabalhos com agricultores e o cargo de coordenadora do projeto junto com a Rede Cerrado, que envolvia 20 entidades e seguia o modelo de certificação da Rede Ecovida, mostram que a líder tem inserção em redes de norte a sul do país e contatos com as diversas pessoas que formavam esse domínio social.

Essas redes sociais estabelecem vínculos entre as pessoas que começam no campo profissional, mas, muitas vezes, o extrapolam, alcançando dimensões da vida pessoal dos envolvidos. Os colegas de trabalho, usualmente, se transformam em amigos e se apresentam outras pessoas “afins”, e esta interação de relações profissionais e pessoais vai se fortalecendo.

Os pontos de encontro são muito variados, podem ser os próprios ambientes de trabalho, festas, reuniões profissionais ou de amigos, encontros nacionais, etc. Essas redes de relações viabilizam discussões, trocas de impressões, formações de consensos e estimulam novas ideias.

Desse encontro entre a líder e o representante italiano do SF, observamos que teve como resultado a criação do Slow Food Pirenópolis. Assim, circular neste domínio social favoreceu a ampliação de uma rede alimentar internacional, que é o SF. Esse tipo de encontro é possível num domínio social onde haja pessoas com trajetórias mais ou menos semelhantes e dispostas a trabalharem em ideias convergentes.

A proximidade de Pirenópolis e Brasília favoreceu o intercâmbio e o trabalho conjunto entre pessoas destas cidades. A colega da líder – que juntas trabalharam pelo Terra Madre Brasil – também é uma

profissional com boa qualificação educacional e experiência em trabalho com comunidades. Ela substituiu o representante italiano do SF no MDA e continuou o trabalho de levantamento de produtos, contato e articulação dessas comunidades.

O trabalho culminou na ideia de fazer um Terra Madre Brasil para promover o encontro entre agricultores e outros profissionais de diversas partes do país, que, por seu interesse comum na alimentação, estavam se conhecendo na Itália, como foi o caso dela com a líder de Pirenópolis. Como esta colega também tinha uma boa inserção nessa rede, ela e a líder se juntaram para a organização do Terra Madre Brasil, que ocorreu duas vezes, uma no ano de 2007 e outra em 2010. O trabalho das duas foi de grande contribuição para o SF no Brasil, pois o Terra Madre Brasil foi o primeiro encontro fora da Itália.

#### *5.2.1.1 Domínio social dos profissionais especializados: estilo de vida, ideias e valores que ultrapassam fronteiras*

Os domínios sociais são caracterizados por um conjunto de ideias, valores, percepções, estilos de vida que ultrapassam fronteiras territoriais. Assim, o SF alcança pessoas distantes espacialmente em diferentes localidades do mundo, pela viabilidade de inserção de sua filosofia nestes contextos.

Assim, esse domínio social dos profissionais especializados ultrapassa fronteiras. O contato com o SF trouxe a esse domínio social uma característica nova: fazer refeições conjuntas e discutir política. Essa proposta de convívio ao redor da mesa, tipicamente italiano, tem grande aceitação, quando vivenciada por pessoas de outros países. Um traço marcante deste movimento italiano é que ele trouxe para o centro de sua atuação política uma característica marcante de sua cultura: o comer junto, reforçando seu sentimento de pertencimento a um território, a uma cultura e de reconhecimento do grupo.

Outro aspecto importante do SF é a sua capacidade de usar a proposta do “bom convívio” como uma forma de seduzir e conquistar adeptos ao movimento, e isto se encaixa bem em diferentes contextos sociais. Como foi descrito, a líder voltou completamente motivada não só a ajudar na localização de produtos do cerrado, mas a abrir um Convívio em Pirenópolis. Isso implicava um trabalho intenso e completamente voluntário. Fortalecendo esse domínio social que agora incorpora o momento das refeições como espaço de continuar as trocas de ideias e discussões políticas.

A chef francesa também é um ator representativo de como as ideias, valores e estilos de vida ultrapassam fronteiras. O estilo de vida desta chef explicita bem este domínio social dos profissionais especializados, que mistura simplicidade com boa formação crítica da realidade social e conhecimentos gastronômicos. Esta chef mora no Brasil há mais de 20 anos. Ela conhece o SF desde a criação e conta que, na França, também se questionava o estilo de alimentação proposto pela rede de *fast food* “McDonald’s” e os chefes na França começaram a fazer o “dia do gosto” nas escolas. Tinha, então, uma “ideia no ar”. Ela conta que, nos anos 70, no sul da França, houve êxodo rural e as fazendas ficaram abandonadas. Uma saída comercial foi oferecer às pessoas de fora serviços como o ‘bad and breakfast’ e começaram a fazer as hortas e oferecer as comidas, “Table dot” e “Mesa de Hospede”. Esta chef conta que sempre ia comer nesses lugares e quis recriar isso aqui no Brasil. Veio para o Brasil por volta de 1992, mas recriou isso apenas em 2004, porque foi o momento em que conseguiu montar algo do tipo, pois já contava com alguma estrutura, como contar com os vizinhos para os suprimentos de que necessitava.

Em 2004, abriu um restaurante com base na filosofia do SF. Ela relata que, na época, não se falava muito de comida local, nem de SF. Era difícil, então, ela organizava eventos em datas comemorativas. Lembra que eram muito gostosos. Em um desses, foi convidada para colocar o restaurante numa pousada na cidade. Ficaram três anos trabalhando com os produtos locais e, basicamente, com o agricultor 2, que fornecia quase tudo, ela tinha meta de não ir ao supermercado e alega que o conseguiu. Não tinham cardápio.

Em Pirenópolis, essa chef foi um apoio para que a líder começasse a formar o Convívio local. O seu estilo de vida expressa uma mistura de sua origem francesa com a busca de uma vida mais simples e com mais contato com a natureza. Ela menciona que, ao vir para o Brasil, ela e sua família ficaram três anos sem energia elétrica por opção. Ela vivia com o marido e os dois filhos.

Na ocasião do Slow Filme, também abriu a sua casa para receber clientes por dois dias. Além destas atividades, assinala a chef que as pessoas pedem muito para que ministre aulas de culinária, mas afirma que não tem tempo, porque, na roça, tem “trabalho de verdade”, não há estresse, mas trabalham o tempo todo. Ela se ocupa de várias atividades: cuida da horta, cuida de duas galinhas, que usa para arar a terra e come os ovos; faz farinha de Jatobá, cuida do lixo, faz compostagem e se preocupa em produzir menos lixo. Por exemplo, ao fazer compras, repara na quantidade de embalagens, priorizando a compra daquele

produto com menos plástico e papel. Esta chef conta que recebeu dos amigos o apelido carinhoso de “esquilo”, por ter esses hábitos e essas preocupações. Mas outras pessoas de seu círculo social acham “loucura” este estilo de vida.

Ela participa de um programa de oportunidades para jovens que se interessam pela produção orgânica, que se chama “World Wide Opportunities on Organic Farms – WWOOF”<sup>45</sup>, e recebe, em sua pequena propriedade rural voluntários de todo o mundo que trabalham no cultivo orgânico em troca de comida e hospedagem. Relata que, em 2010, chegou a receber dez pessoas (entre eles, franceses, americanos, canadenses, cariocas). Segundo ela, todos conheciam o SF.

Essas pessoas acabam formando um domínio social no qual interagem indivíduos que, geralmente, compartilham preocupações, valores e ideias sobre a produção alimentar. Nem sempre, o contato se dá de forma presencial, mas, em momentos específicos, com esse programa de oportunidades, essas pessoas se encontram e, mesmo sem se conhecerem, se identificam por compartilharem ideias e propostas de buscar outras formas de vida e práticas alimentares.

Contudo, ela cita que seus vizinhos em Pirenópolis não queriam que ela recebesse gente do mundo todo, porque essas pessoas eram desconhecidas e podiam ser perigosas, por isso, tinham medo. Este foi um ponto de desentendimento com esses vizinhos, pois a Chef acreditava que voluntários eram pessoas de boa índole e com desejo de trabalhar. Essa segurança da Chef é decorrente de uma sensação dela de pertencimento a este domínio social dos profissionais especializados.

Esses programas de voluntariado, geralmente, são procurados por pessoas que circulam bastante por vários lugares do mundo e dão o *feedback* na própria rede. Assim, se acontece algo 'anormal', como crimes, a informação corre depressa. Isto também é uma forma de manter a segurança, pois a própria rede já seleciona as pessoas que nela estão inseridos.

Dessa situação, podemos ver claramente a diferença de domínios sociais. Os vizinhos da *chef* são nativos e que vivem basicamente do que produzem. Apesar de habitarem o mesmo território, terem as mesmas condições climáticas e terem uma atividade produtiva semelhante, os domínios sociais são quase ‘contrários’. Os vizinhos seguem práticas

---

<sup>45</sup> The Federation of WWOOF Organizations is a non profit organization and its member organizations work together in the spirit of an international federation with democratic principles. Disponível em: <<http://www.wwof.net/about/>>. Acesso em 24 jan. 2013.



alimentares industriais e lidam com a terra da maneira própria da região, ou seja, cultivando aquilo que tem mais saída comercial – ou que, pelo menos, se acredita assim –, criam os animais da maneira “comum”, usando os métodos de cultivo convencional (agrotóxicos, adubos químicos e o trato com a terra nem sempre garante o não esgotamento), não desenvolvem técnicas sustentáveis, como, por exemplo, colocar as galinhas para mexer a terra. Em termos de relações sociais, esses vizinhos não evidenciam nenhuma inserção e possivelmente exponham até um completo desconhecimento dessas redes virtuais e programas internacionais de voluntariados.

Nessa situação, o desentendimento entre vizinhos se deu porque a ela estava confiante em receber voluntários em sua casa – mesmo morando somente com os filhos numa casa fora da cidade e no meio rural no interior do Goiás. Ela sabia que estava lidando com pessoas de lugares distantes que faziam parte dessa rede global de pessoas que, habitualmente, apresenta características pacíficas. Cabe ressaltar que, como é característico dos domínios sociais, os pertencentes não têm uma consciência clara de que formam um domínio social. Assim, a Chef não demonstra a percepção de que ela esteja engajada numa rede que, naturalmente, seleciona as pessoas que vão participar desse voluntariado em sua casa.

Segundo ela, seus vizinhos achavam que ela era “rica e louca”, rica porque francesa e louca porque quando chegou à propriedade, não derrubou árvores. Hoje, esses vizinhos estão “aprendendo” com ela. Reconhece que seus vizinhos, depois de verem quem são os voluntários, os adoram. Os voluntários faziam trabalhos pesadíssimos na terra e depois iam correr à tarde. Os vizinhos ficaram muito surpreendidos com a disposição para trabalhar dos voluntários.

Relata que ela e a líder tentaram começar o SF em 2004, mas só conseguiram em 2006, porque “até as pessoas entenderem, sacarem...” (informação verbal)<sup>46</sup>. Segundo a chef, as pessoas não entendiam a proposta do SF, “não ligavam uma coisa com a outra”<sup>47</sup>. Quando abriu o primeiro restaurante, queria que fosse vegetariano, mas não conseguiu, pois salienta que quando falava em se “alimentar bem” – usando menos gordura animal, comendo mais vegetais –, as pessoas diziam que era “maluca”. Vemos, nesse contexto, uma divergência de significados atribuídos às práticas alimentares. Posteriormente, em seu trabalho de

---

<sup>46</sup> Entrevista concedida pela Chef francesa do Convívio Slow Food de Pirenópolis em julho 2012. Entrevistadora Manuela Alvarenga do Nascimento.

<sup>47</sup> Ibid.

chef, ela assumiu a proposta do SF comprando somente mercadorias de produção que ela chama de “natural” (que respeita o ciclo da natureza, diz ela) e da estação. Antes de montar o cardápio, ela consultava o agricultor 2 para saber o que tinha disponível.

Notamos, portanto, que o domínio social dos profissionais especializados reúne pessoas de várias nacionalidades e que compartilham interesses sobre práticas alimentares semelhantes. Entretanto essas pessoas desfrutam de situação material mais confortável. Ainda que possam não ser 'ricas' ou possam passar por momentos de dificuldade, elas têm uma formação educacional e, em sua trajetória de vida, circularam por meios sociais nos quais adquiriram conhecimentos, percepções e valores que as habilitam a inserir-se em meios sociais de bom nível educacional, com maiores chances de obter emprego ou desenvolver empreendimentos que lhes tragam um retorno material satisfatório.

Essas pessoas participam do SF por vontade, pois veem no movimento algo que lhes faz sentido. A adesão ao movimento passa, então, por um momento de convencimento, elas o conhecem, refletem sobre suas propostas e ações e depois decidem participar. O domínio social dos profissionais especializados ocupa um importante papel no SF. E esse é um ponto fundamental que distingue SF de outros movimentos sociais, pois, para a sua realização prática, ele depende de grande adesão do domínio dos profissionais especializados, pois uma de suas características principais é facilitar o acesso dos produtores a alguns serviços voluntários.

A ideia é que, nos Convívios, por meio da interação e discussões, surjam as motivações para o suporte técnico aos agricultores e o interesse de consumo dos produtos apoiados pelos projetos do SF. O Convívio é o momento em que se irá desenvolver e fortalecer o desejo em interagir com o domínio social dos agricultores. Esse desejo será fruto das discussões políticas; das trocas de conhecimentos sobre a produção alimentar; do reconhecimento do valor das tradições pela recuperação de hábitos de infância que haviam sido perdidos com o passar dos anos; da lembrança de que algumas receitas familiares já estão se perdendo, etc.

Entretanto, em Pirenópolis, no domínio social dos profissionais especializados que participavam do Convívio não demonstraram disponibilidade para assumir responsabilidade de apoio a projetos. Estes participantes simpatizaram com as questões, mas a vida cotidiana é atribulada, o “tempo é curto”, geralmente, há excesso de trabalho e o sustento próprio está em primeiro plano. Ou seja, nesta cidade, a antiga

experiência do Arcigola dos envolvidos fazerem seu trabalho voluntariamente e “com gosto”, colocando prazer em suas atividades e apoiando a produção “boa, limpa e justa”, não foi adotada pela maioria de seus membros (que já eram escassos). Nesse contexto, a líder ficou encarregada da maioria das responsabilidades do Convívio e da Fortaleza do Barú.

### **5.2.2 Domínio social dos “produtores”: o Slow Food como estratégia de “Livelihood”**

No Slow Food Pirenópolis, além do domínio social dos profissionais especializados, detectamos o domínio social dos produtores que nos permite identificar “o mundo de vida” das pessoas envolvidas e compreender o direcionamento que dão às suas ações nos projetos do SF. O domínio social dos “produtores” dá às suas ações um sentido de estratégia de sobrevivência. Assim, participar dos projetos, para eles, significa, antes de tudo, mais um meio de aumentar a renda.

Schutz (1962 apud LONG, 2007) chamou de “mundo de vida”, as ações cotidianas influenciadas por valores e intencionalidades, pelas quais os indivíduos constroem e reformulam seus mundos, a partir de uma realidade ordenada e compartilhada com outros indivíduos. De acordo com seus “mundos de vida”, eles problematizam suas vivências. Esses mundos de vida seriam os domínios sociais e, tal como propôs Long:

[...] uma conversa breve com um indivíduo revela rapidamente alguns aspectos de sua rede significativa de relações sociais e, ao mesmo tempo, se podem ver os traços pessoais com que categoriza, codifica, ordena, sistematiza e dá significado as suas experiências (passadas e presentes) (LONG, 2007, p. 116, tradução nossa).

O domínio social dos “produtores” tem como característica marcante entender os projetos do Slow Food como estratégia para sair de suas precárias condições materiais de vida.

Nesse sentido, é essencial o conceito de “sustento” (*livelihood*), que abarca o esforço de indivíduos ou grupos para ganhar a vida, satisfazer suas necessidades individuais e de grupo, lidando com situações imprevisíveis, aproveitando oportunidades e se posicionando no jogo social. Os membros do Slow Food vivenciam situações diárias e

criam mecanismos de superar os dilemas do dia a dia. Tudo isto, dentro de um domínio social e com devidos posicionamentos no campo social, além de terem que considerar os outros atores, normas e regras locais e internacionais. De toda forma, cada membro dará respostas singulares em suas vivências, decorrentes de capacidades de interpretar e criar soluções próprias.

Os “modos de sustento” cruzam diversos contextos, como o rural e o urbano, tipos de atividades e podem alcançar o âmbito internacional, dando contornos específicos ao movimento Slow Food- Pirenópolis.

A antropóloga social Sandra Wallman (2005), em seus estudos sobre a imigração nas cidades europeias, trabalha amplamente com o conceito de *livelihood* como um dos eixos para se pensar a complexidade das cidades.

Dois aspectos urbanos implicam um caminho através da complexidade. Uma é que cada configuração de cidade fornece um quadro de opções que coloca pelo menos um limite exterior sobre como as pessoas podem ganhar a vida nele. Eles podem 'escolher' em algum sentido, entre as opções oferecidas, mas não podem levar as opções que não estão lá. [...] O segundo ponto geral é que as cidades também são sistemas sociais, compostos de arenas de interações e oportunidades que operam como subsistemas do todo (WALLMAN, 2005, p.126).

Identificar esses “modos de sustento” é essencial para localizar os domínios sociais envolvidos. Segundo Wallman:

Livelihood (o sustento) nunca é só uma questão de encontrar ou fazer albergues, trocar dinheiro, colocar comida na mesa ou trocar no mercado. É igualmente, uma questão de propriedade e circulação de informação, manejo das habilidades e relações, e a afirmação da importância pessoal [...] e identidade de grupo. As tarefas de cumprir com as obrigações de segurança, identidade e status e organização do tempo são tão cruciais no modo de ganhar a vida como o pão e o resguardo (WALLMAN, 1986, p. 37, tradução nossa).

O conceito de *livelihood* vem sendo usado em diversas pesquisas para designar as opções de vida e sustento, principalmente em grupos desfavorecidos, tanto do meio urbano como rural. A pesquisadora alemã Christina Clark (2006), em seus estudos sobre os processos decisórios na Uganda, usa o conceito da seguinte maneira:

Subsistência é definida como a produção e reprodução associada com ‘vida’ (biológica, física) bem como um ‘modo de vida’ (social, cultural, político) [...] No desenvolvimento de estratégias de subsistência, indivíduos dependerão das redes familiares e domésticas, que estão, por sua vez, incorporadas a redes mais amplas de vizinhança, comunidade e sociedade (CLARK, 2006, p. 5, tradução nossa).

Victoria e Mariaselvam (2004), em seus estudos sobre agricultura de plantas medicinais como alternativa de mercado, argumentam que o cultivo de plantas medicinais é necessário tanto para a sua conservação quanto como estratégia de “livelihood” para as pessoas pobres do meio rural (p.448).

As diversas abordagens desse conceito convergem para o sentido da luta cotidiana para suprir as carências econômicas e materiais de um grupo dadas as condições sociais em que se encontram. Neste sentido, o Slow Food se revela aos produtores como um importante campo, em que poderão inserir-se e aproveitar a abertura para articular-se a atores internacionais, aumentando as chances de êxito em suas lutas cotidianas pelo seu sustento e inserção socioeconômica.

As famílias de produtores que participam do Slow Food em Pirenópolis têm histórias de muito trabalho e luta pela sobrevivência. Na foto a seguir vemos o passeio na propriedade do agricultor 2, no qual, os participantes do Slow Filme foram durante a parte da manhã conhecer o trabalho e ouvir as explicações do agricultor. Esta é uma estratégia que eles criaram para desenvolver o turismo ecológico em sua propriedade.

Foto 15 - Passeio guiado na propriedade do agricultor 2 - Setembro de 2011



Fonte: Acervo da autora.

Um produtor entrevistado, o Agricultor 2, por volta do ano 2000, procurou o Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado (IPEC), para trabalhar com produção orgânica, porque queria, mas não tinha o conhecimento técnico. Primeiramente, trabalhou com horta e semente depois foi trabalhar com adubação e compostagem. Com a prática no IPEC, ele viu que era possível trabalhar com a produção orgânica e ficou atuando com eles cerca de três anos e meio. Também começou a produzir em sua propriedade onde mora com a família.

Ele relata que o que não era consumido em casa era levado ao IPEC para a venda. Assim, ele começou a construir um público consumidor de seus produtos orgânicos. Ele conta que a comunidade de Caxambu foi a primeira a trabalhar com o orgânico na cidade. Hoje, ele assegura que quase não gasta com insumo nenhum. Às vezes, eles compram alguma coisa para aumentar alguma produção, mas, no geral, conseguem produzir só com o que têm e os gastos são mínimos.

Esse produtor informa que, na produção convencional, os gastos com adubo, semente e inseticida é constante. Em cada plantação precisa adubar, comprar semente e o produto final não consegue reverter em lucro os investimentos. Ele conta que ficou endividado, então quis

mudar o processo para um em que ele não tivesse gasto e tivesse maior controle sobre a mercadoria. Segundo este produtor, o produto orgânico “espera mais para poder vender, fica mais na terra e espera você fazer uma venda melhor” (informação verbal)<sup>48</sup>. Além disto, pode plantar mais diversidade. Ele afirma que quase não tinham nada plantado quando se mudaram para a casa onde atualmente há um pomar bem diversificado, plantação de hortaliças e criação de galinha. Sua ideia é deixar uma herança de plantas para a geração futura.

Após entrar em contato com o SF, esse produtor e sua família começaram a participar de alguns eventos, organizando, junto com a líder, excursões com os turistas para a sua propriedade onde ele oferece degustação de frutas e explicações sobre sua produção. Essas excursões foram feitas com os participantes do evento “Slow Filme”, ocorrido em 2010 e 2011, muitos dos quais viajam de outras cidades. Muitos deles são de Brasília e possuem casas em Pirenópolis, então, geralmente, tornam-se fregueses das mercadorias desse produtor.

A filha desse produtor conciliou sua monografia de fim de curso na universidade com as atividades da chácara. Focando na área de turismo ecológico, eles buscaram outra fonte de renda neste tipo de atividade. E os estudos da filha ajudaram neste sentido. Eles pensaram que, como eram visitados diariamente, as pessoas gostavam muito de ir lá, então, pensaram em usar este espaço de visitas e contato com a natureza como uma forma de renda.

Como a família desse produtor não dispõe de recursos financeiros e materiais estão constantemente buscando estratégias de sobrevivência (livelihood). A filha dele, por exemplo, cursou Turismo na universidade e usou seus conhecimentos para aumentar a renda da família. Encontrou portas abertas dentro da possibilidade de turismo rural. Conforme ela mesma diz, procurou usar as visitas à sua chácara como forma de renda. Este produtor realiza vendas sob encomenda (cestas) e na feirinha subsidiada pela prefeitura.

O Agricultor 1 da Comunidade de Caxambu junto com o Agricultor 2 representam os produtores do Slow Food Pirenópolis. Eles não têm o maquinário nem vínculos sociais que compõem a italiana. São eles que realizam, efetivamente, o modo de produção defendido pelo SF. E essa comunidade entrou para o SF porque tinham as características exigidas pelo Escritório Internacional.

---

<sup>48</sup> Entrevista concedida pelo agricultor 1 em julho de 2012. Entrevistadora Manuela Alvarenga do Nascimento.

O Agricultor 1, da Comunidade de Caxambu, começou nos anos 1990 com a agricultura orgânica na família. Atualmente, eles vivem da produção de várias espécies e a renda sai de um pouco de cada coisa. Segundo esse produtor, a produção do baru é muito trabalhosa, mas não é valorizada, pensam que se para produzir não se está gastando nada, não valorizam. Essa desvalorização se reflete no preço, o quilo do baru torrado sai por 22 reais, o que ele considera muito barato.

Como está sempre atento às possibilidades de seu sustento e da sua família, ele visualiza o orgânico como um bom empreendimento e defende que, como há um aumento da procura por alimentação mais saudável, há grandes chances dos “grandes” começarem a aderir ao orgânico. Ele pensa que as doenças, poluição, correria, tudo isso vai levar a uma mudança nas formas de se alimentar para um estilo mais orgânico e ‘saudável’.

Sobre a rede SF, ele vê a possibilidade de exportar, mas, para isto, precisa ter uma quantidade maior e uma organização melhor. Então, o problema da inconstância da colheita do baru seria resolvido com essa melhor organização, porque o baru dá em Goiás, mas também em Minas Gerais, Mato Grosso, Bahia, Tocantins. Para ajudar na comercialização, essa comunidade atua junto com a “Central do Cerrado”, que trabalha na logística de venda das mercadorias dos pequenos produtores da região.

Os agricultores fazem o que podem para sobreviver. Optaram por uma produção orgânica e diversificaram as plantações para poder garantir que sempre a renda da venda algum produto vá cobrir as suas despesas. Dessa forma, eles se encaixam nos padrões de respeito às condições ambientais e aumentam as chances de pagar suas contas com essa verba, mas, não raro, completam o orçamento com outras atividades fora da área agrícola. O sustento familiar é assegurado pelo trabalho de todos, tanto na área rural como em serviços na cidade. Os produtores estão entendendo o SF, principalmente, como estratégia de sustento. Mas, ao incorporarem essas modificações na produção, passam também por uma reestruturação no estilo de vida e visão de mundo. Eles refletem sobre as questões da produção e consumo alimentar, mas sua atuação não está direcionada para a luta política, mas para a garantia de seu sustento.

Essas estratégias de sobrevivência dos produtores, juntamente com as práticas da líder e do Convívio levaram à consolidação do Slow Food em Pirenópolis.

O contexto de emergência do Slow Food em Pirenópolis diverge radicalmente do contexto do Arcigola, na Itália, composto por pessoas



politizadas que atuavam coletivamente e usavam as práticas econômicas como meios, especialmente, de fortalecer suas ideias de uma ordem social mais igualitária. Este é um ponto fundamental para a compreensão do SF local, pois detectamos uma disputa entre o sentido da ação dado pelos membros do Arcigola e que, hoje, se concentra na filosofia do movimento e no sentido dado às suas práticas pelos produtores.

### **5.2.3 'Know how' e participação: as configurações de poder na rede SF**

Como vimos, os participantes do Arcigola constituíram por meio de suas práticas, um domínio social caracterizado por intenso convívio cultural, práticas coletivas e crítica social. Com a expansão do movimento, o domínio social dos profissionais especializados demonstra uma habilidade em compreender a filosofia do SF, adequá-la a seus contextos sociais e às suas atividades profissionais. Estes apresentam um maior 'know how' – entendido como um conjunto de valores, experiências, estilo de vida e visões de mundo – para participar da rede internacional SF. As posições de liderança no SF, em sua maioria, são assumidas por estes profissionais.

Os adeptos do movimento global SF formam um domínio social, mas todos eles pertencem a outros domínios e campos sociais. O domínio social dos profissionais especializados tem as condições educacionais, recursos materiais e contatos necessários para colocar a filosofia do movimento em prática.

Por outro lado, levando em conta sua percepção da realidade social e seus interesses, os produtores também irão contribuir para dar os contornos ao SF local. Como estratégias de *livelihood*, eles apreendem e incorporam as percepções, valores e ideias difundidos pelo domínio social dos profissionais especializados em nome do SF.

Assim, a experiência do Arcigola é difundida mundialmente mediante, notadamente, a reinterpretação que o domínio dos profissionais especializados fazem dela, e os membros do SF, pertencentes ao domínio social dos produtores, irão atuar no movimento levando em conta essas ideias somadas às suas próprias interpretações coerentes com seu domínio social e interesses.

Alguns exemplos relatados em entrevistas com esses produtores ilustram a situação. Segundo o Agricultor 2, após a decisão de mudar de forma de plantio – convencional para o orgânico –, ele começou a buscar outras formações para construir alternativas de sustento. Ele

recorreu a domínios sociais dos profissionais especializados para conseguir esses contatos, ou seja, profissionais com conhecimento técnico e dispostos a passar esses conhecimentos, sem grandes preocupações com o retorno financeiro. Geralmente, esses profissionais se organizam em institutos ou ONGs, como é o exemplo do IPEC.

Os agricultores, além disto, diversificam os produtos. Muitas vezes, as redes de relações sociais são decorrentes dos produtos, como é o caso do baru. No caso do SF, o trabalho de Caxambu se concentra no baru, e é daí também que surge sua relação conjunta como as duas outras comunidades da Fortaleza, a Comunidade do Santo Antônio e a Comunidade do Bom Jesus.

A escolarização facilita o contato com o domínio social dos profissionais especializados. A professora, esposa desse agricultor, também era uma pessoa que tinha formas mais críticas de compreender a realidade social.

Este produtor esclarece que a maioria das pessoas do meio rural onde vive consideravam a atitude dele e da médica como “louca”. Na época, não se falava sobre orgânico, nem nas escolas. O Agricultor 1 reconhece que a sociedade em geral (mídia e escolas) já assimila a necessidade de proteção ambiental, mas considera que, entre os pequenos agricultores, isso evoluiu muito pouco, apenas alguns aderiram à prática. Ele pondera que a classe média das cidades é quem mais está se conscientizando, mas, no meio rural do Goiás e de outros estados, isso não acontece. Ele assume que a produção convencional facilita o trabalho e o governo incentiva mais esse tipo de produção.

O Agricultor 2 e sua filha formada em Turismo também apresentam capacidade de compreender as percepções, valores e propostas do SF, que constituem domínios diferentes dos predominante em seu campo, o rural. Ou seja, eles possuem ideias e valores próprios do meio rural, mas conseguem apreender outros estilos de pensamento e vida. A filha frequentou faculdade, assim, naturalmente, circulou por outros espaços, entrou em contato com outros domínios, com culturas e visões de mundo e hábitos particulares. Essa moça pôde, então, reinterpretar esses domínios e trazê-los para seu campo, dinamizando outras atividades em sua chácara, levando pessoas de diferentes campos sociais de Pirenópolis, mas, sobretudo, de cidades próximas, como Brasília.

O agricultor 2 tem uma visão crítica da realidade social. Ele e sua esposa, por se engajarem em associações e práticas militantes, depois de mais de vinte anos de atuação, adquiriram uma habilidade crítica da realidade social que os aproxima do domínio social dos profissionais

especializados. Ele faz parte de agricultores que estão preocupados com suas estratégias de sobrevivência (*livelihood*), mas têm uma inquietação com os problemas sociais que vivenciam e se dispõem à mobilização para mudar. Em sua trajetória de mobilizações coletivas, primeiro, junto ao CPT e, depois, com várias outras associações, foi conhecendo outras pessoas e entrando em outras questões. A questão ambiental e o uso de agrotóxico eram assuntos de preocupação desse agricultor. Assim, ainda que ele estivesse posicionado no domínio social dos “produtores”, ao fazer parte de uma associação e entrar em contato com outros grupos que se mobilizam contra as dificuldades sociais, na própria interação, todos juntos formam outro domínio social e constroem consensos nesse meio. Esse agricultor, portanto, antes de entrar para o projeto SF, já apresentava características distintivas da grande maioria dos pequenos agricultores e experienciara uma inserção em outros domínios.

Esse agricultor sabe que o estilo de produção alimentar que defende encontra apoio no domínio social dos profissionais especializados. Esses agricultores “alternativos”, ou seja, que não compartilham totalmente com os padrões de produção alimentar e visão de mundo predominantes no domínio social dos produtores (dominado pela produção industrial), têm mais facilidade em se inserir em outros domínios, e isto é essencial para conseguirem participar de projetos com outras organizações. Entretanto, por falta de formação educacional formal e de frequentar outros campos sociais, eles têm uma visão parcial e fragmentada desta “outra realidade”.

Essa capacidade de inserção em domínios sociais onde circulam ideias, valores, visões de mundo, gostos que não coincidem com o seu ambiente familiar é, na maioria das vezes, usada pelos agricultores como estratégia de sustento, ou seja, *livelihood*.

O agricultor 1 mantém um vínculo próximo com a líder. Ele não faz parte de nenhuma Fortaleza, mas usa o SF para promover suas atividades e aumentar o mercado consumidor. Além disto, essa proximidade o mantém informado das ideias e hábitos que circulam nos outros domínios sociais. Em entrevista, ele menciona que, com a produção orgânica, a qualidade de vida também melhorou, porque, quando ainda era convencional, o ar ficava contaminado com o cheiro dos agrotóxicos e algumas adubações. Hoje, ele confirma que as crianças podem ficar à vontade, o ar é mais limpo, os animais também ficam próximos. Eles comem os produtos que cultivam.

A valorização da qualidade do ar, da presença de animais e outros benefícios da produção natural, pode existir entre os pequenos produtores, mas a produção alimentar dominante não favorece essas

condições, pelo contrário. Então, esses pequenos agricultores devem buscar o acesso a conhecimentos técnicos que lhes permitam mudar o tipo de produção e, para tanto, eles precisam entrar em contato com outros domínios sociais.

Nas duas famílias de agricultores entrevistadas, uma das filhas assume a responsabilidade de estudar para reverter seus conhecimentos em benefícios para as atividades de sustento de suas famílias de origem. No caso do agricultor 1, vimos que sua filha é formada em Turismo. No projeto Fortaleza do Barú, a filha do agricultor 2 ocupa um papel crucial para o projeto.

Essa moça é filha dos chefes de família da Comunidade de Caxambu e é a Gestora da Fortaleza. É ela quem faz a conexão desta comunidade com os outros atores, como a líder do Convívio e os interlocutores comerciais. É ela quem organiza as vendas, envia por correio, faz contatos com os vendedores, como a Rede Cerrado. Esta moça é quem assume as responsabilidades administrativas e, essencialmente, de gestão das comunidades do projeto Fortaleza do Barú.

O seu papel no SF é importante visto que é ela quem está constantemente em contato com os outros domínios sociais, tanto das relações comerciais como das redes. Para tanto, certificamo-nos de que a formação dela foi de extrema importância, porque, nos cursos que fez, frequentou ambientes culturais, de padrões de vida e valores muito diversos. Além do aprendizado dos conteúdos formais dos cursos, ela teve contato com diferentes professores, conheceu pessoas que moram fora do âmbito rural, provavelmente, fez amizades com pessoas de outras cidades e, por frequentar as aulas em Pirenópolis, possivelmente conheceu pessoas de outros países, pois o turismo ali é intenso e possibilita isto.

Toda essa abertura de horizontes favorece que esta moça tenha mais condições de entender as ideias, valores e percepções do domínio social dos profissionais especializados e as relações sociais que se estabelecem nesse meio, as quais são muito diversas das que essa moça está habituada em seu ambiente familiar e rural do interior do Goiás. Ela vai ao Terra Madre e lá entra em contato com jovens do mundo todo, não só nos 'stands' de venda, mas nas festas, refeitórios e atividades recreativas do evento.

O discurso do domínio social dos profissionais especializados sobre a produção alimentar dentro do SF é muito consistente e cientificamente embasado. Além disto, este domínio conta com mais

recursos materiais e uma extensa rede de contatos que favorecem a viabilização dos projetos.

Nas entrevistas, pela fala dos agricultores, podem-se reconhecer afinidades com as propostas do SF, entretanto eles não expressam de forma clara e bem articulada a filosofia do movimento. Os agricultores não têm uma trajetória de vida, contatos pessoais com pessoas com alto nível de escolaridade, não têm o hábito de ler revistas ‘da moda intelectual’, não assistem a programas de TV “cult”, não estão antenados com as ‘ideias do momento’, não têm treino em redigir textos críticos sobre as questões sociais, mesmo sobre as questões que eles mesmos vivenciam. Dessa forma, para mostrar que têm algum conhecimento do que é e do que propõe o SF, valem-se de “jargões” e falas comuns entre o domínio dos profissionais especializados, como fazendo referência à qualidade do ar, ou “os benefícios de se comer o que se planta”.

O processo de construção do Protocolo do Barú precisou da atuação da líder, que é uma profissional especializada. Os agricultores são capazes de reconhecer as potencialidades biológicas de seu território, de apontar as potencialidades, de conhecer o clima e algumas técnicas de produção, mas não são capazes de redigir um texto e completar o formulário enviado pelo Escritório Internacional. Como foi dito, a líder precisou fazer um trabalho de “tradução” das informações coletadas nas reuniões com os produtores. Evidenciou-se, portanto, nesta situação, uma total dependência dos agricultores ao trabalho da líder. Ela teve que usar seu *know how* de trabalho com comunidades agrícolas e seus conhecimentos profissionais, sua formação educacional – característica do domínio em que vive – para escrever o protocolo nos padrões – linguagem, termos, organização – exigidos pelo SF. Além de toda a sua mobilização a favor da criação do convívio, a projeto Fortaleza do Barú foi, mais uma vez, viabilizado graças à sua atuação profissional.

O contato e a articulação dos agricultores com pessoas do domínio social dos profissionais especializados é uma maneira de esses agricultores adquirirem conhecimento técnico e aumentar o mercado de compradores de seus produtos. Entretanto, no SF, esta relação se constitui também como relação de poder. A relação entre esses agricultores e a líder do Convívio está permeada pelo conhecimento de todos de que é ela quem entende bem a filosofia do movimento, quem mantém os contatos com as pessoas chave do movimento no Brasil e na Itália e, portanto, suas decisões prevalecem sobre as demais.

A líder do Convívio é quem tem essa clareza e entende os mecanismos de trabalho do SF, é ela quem apresenta um discurso articulado e claro sobre as propostas do movimento. É ela quem guia as ações dos agricultores. Esta líder entende e reinterpreta a filosofia do “bom, limpo e justo” de acordo com a realidade brasileira, participa na formulação com seus pares das questões mais pertinentes para o SF no Brasil e cria estratégias para introduzir esses pontos de vistas em vários setores por meio das redes sociais nos quais está inserida e, pelas suas constantes atividades, cada vez se insere e amplia mais suas próprias redes de relações, contribuindo para fortalecer o movimento no país. Além disto, é produtora de leite e está numa importante campanha internacional do SF atualmente, que é a Campanha do Queijo de Leite Cru.

A líder conta que, a partir do ano de 2010, formou-se na Arca do Gosto nacional um Grupo de Trabalho dentro das discussões sobre o queijo de leite cru. Ela refere que este grupo, que é composto de profissionais de diversas áreas – advogados, biólogos, nutricionistas, gastrônomos, etc. –, busca inserir os produtores, porque estes dão uma abordagem mais cultural ao assunto, como o modo de fazer, os aspectos culturais em que a legislação toca ao impedir, pela excessiva fiscalização sanitária, sobre o modo de produção dos queijos artesanais.

Ela relata que o grupo do SF não impõe uma definição de o que seja “bom, limpo e justo” aos produtores. Estes podem fazer suas interpretações, mas, depois, ela “traduz” para os termos do SF e envia ao Escritório Internacional onde eles irão avaliar se a comunidade produtora do queijo se enquadra nos padrões do movimento.

Essa líder, junto com o grupo de SF, trabalha também com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) pela salvaguarda dos queijos, entendidos como patrimônio imaterial pelo modo de fazer. O Grupo de Trabalho está, em parceria com o IPHAN, fazendo um mapeamento dos queijos de leite cru no Brasil, para fazer a salvaguarda. O queijo minas artesanal já é patrimônio imaterial e já tem o selo do IPHAN. Criticam as normas legais, afirmando que elas exigem um padrão de produção para todos os produtores, não levando em conta as diferentes realidades.

Observamos que essa líder domina e discute muito bem as questões que envolvem a produção e consumo sob as propostas do SF, é ela, com seus contatos do domínio social dos profissionais especializados que trazem essas ideias do SF para as práticas do SF Pirenópolis.

A configuração de poder dentro da rede, com maior peso aos pertencentes ao domínio social dos profissionais especializados, dificulta a possibilidade de que os produtores assumam um papel mais ativo, dando à sua agência um caráter mais independente e criativo, como veremos na situação dos espaços de comercialização.

#### **5.2.4 Domínio social dos “produtores”: debilidade de capacidade de iniciativa**

Os projetos do SF configuram aquilo que chamamos de “empreendedorismo politizado”, ou seja, ações empreendedoras coletivas que visam ao bem comum.

As atividades práticas do SF em Pirenópolis são limitadas, tanto por parte do Convívio como a Fortaleza do Barú. Como foi dito, o convívio desenvolve dois projetos do Slow Food, além da Fortaleza da Castanha do Barú, há a Arca do Gosto com dois alimentos reconhecidos, a Cagaita e a Castanha do Barú.

Quem responde pelo movimento na cidade é a líder, e grande parte de suas ações estão voltadas para a sua rede de contatos fora da cidade. Nos últimos três anos, não houve nenhuma reunião do Convívio. Os agricultores mais envolvidos com o SF são os dois entrevistados acima, sendo que um deles não participa da Fortaleza.

As atividades do SF local são limitadas e isto não deveria ocorrer porque a cidade de Pirenópolis é um dos principais pontos turísticos do Estado de Goiás, onde circulam pessoas de todo o país e de outros países. Além disto, várias pessoas que moram em Brasília têm casas de finais de semana na cidade ou região, e pessoas de todo o Brasil e de outros países se mudam para Pirenópolis, e, em sua maioria, abrem empreendimentos comerciais como forma de subsistência. Pelo clima de “natureza” que envolve a cidade, essas pessoas são atraídas pela possibilidade de construir outro estilo de vida. Estando num contexto socioeconômico e cultural como o de Pirenópolis, as possibilidades de inserção do SF são variadas.

Por um lado, numa cidade como essa, o espaço de agência dos participantes do movimento local é restrito por parte do domínio dos profissionais especializados, uma vez que demonstram pouca habilidade em usar seus recursos de conhecimento, influência e até financeiros para estabelecer uma articulação e vínculos com as pessoas da cidade. Por outro lado, os produtores não evidenciam suficiente criatividade e capacidade de iniciativa para fortalecer o projeto.

No que diz respeito à realização do “empreendedorismo politizado” que configura a Fortaleza do Barú, esta situação leva a uma quase inexistência do projeto na cidade, pois restringem os espaços de comercialização. Como vimos, a comercialização é imprescindível neste projeto, pois mediante o retorno financeiro, ela garante a permanência da produção.

Sobre a comercialização, o agricultor 2 esclarece que o SF garante “o selo de confiança” para o consumidor. A líder informa que isso é possível graças à proximidade com que trabalham com o produtor, fortalecendo as cadeias curtas e mostrando ao consumidor quem são os produtores. Ela confirma que entende que um consumidor de grande cidade, por estar distante do produtor, precisa das certificações governamentais da qualidade do produto. Entretanto, como parte do SF, ela argumenta que o conhecimento científico não é o único válido e o saber tradicional também conta. Ela afirma, “é por isso que o agricultor 2 afirma que o SF garante a compra” (informação verbal)<sup>49</sup>. A cadeia curta elimina a embalagem, o transporte e gastos na produção e diminui o impacto ambiental.

O agricultor 2 conheceu a líder no IPEC, por meio dela, conheceu a chef francesa que o ajudou muito no começo por causa de seu restaurante, pois ela comprava quase toda a produção dele. Ele afirma que viu que era um “grupo que ia me dar crédito e me valorizar na compra dos meus produtos” (informação verbal)<sup>50</sup>.

As vendas desse produtor se dão na feirinha na praça, nas quintas feiras, das 16h às 20h. Esta feira é viabilizada pela prefeitura. Vendem na própria propriedade e algumas pessoas fazem encomendas por telefone. O agricultor 2 refere que seus clientes quase todos são de outra região e são pessoas que moram há anos em Pirenópolis, mas a procedência é de outro lugar, com outra cultura. Ele calcula que os de Pirenópolis são de 5 a 10%.

Na década de 1990, algumas instituições locais, como o Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN), a Funatura e o Centro de Estudos e Exploração Sustentável do Cerrado (CENESC) ofereceram vários cursos aos produtores locais sobre aproveitamento de leite e frutas. A Fazenda Vaga Fogo deu curso sobre como fazer geleia, *picles*, *ibiscus desidratado* e *chutney*. A ADCC, que reúne cerca de dez

---

<sup>49</sup> Entrevista concedida pela líder do Convívio Slow Food Pirenópolis em julho de 2012. Entrevistadora Manuela Alvarenga do Nascimento.

<sup>50</sup> Entrevista concedida pelo Agricultor 2 em julho de 2012. Manuela Alvarenga do Nascimento.



famílias, começou, então, a produzir toda essa variedade de produtos, mas dado o número reduzido de produtores, começaram a selecionar. Escolheram manter a produção do que tinha mais saída comercial, que era o chutney, os picles, a geleia, o ibiscus desidratado e o feijão azuqui.

Criaram a marca “Promessa de futuro” e os produtos são vendidos principalmente numa rede virtual de vendas que se dedica aos produtos da região do cerrado. Vendem, também, em seis estabelecimentos comerciais de Pirenópolis e mandam por correio, esporadicamente, para os estados de SP, RJ, SC.

Além disto, algumas atividades foram desenvolvidas também pela chef nos anos iniciais do Convívio na cidade. Segundo esta chef, a venda da banana na feira não rende, mas, se fizer uma geleia ou secá-la, agrega valor. É isso que ela pensa que os produtores devem entender. Ela cita, também, o caso do queijo branco em que ela sugeriu pôr uma pimenta para vender mais caro. Ela deu algumas aulas de culinária para as pessoas em casa, mas não necessariamente para os produtores.

Outra ajuda que ela menciona haver dado ao agricultor<sup>1</sup> era que, quando as pessoas iam comer em seu restaurante, ela explicava como funcionava a produção dele e incentivava que fossem lá conhecer sua propriedade. Ela nunca conseguiu se articular com as escolas para trabalhar, por causa do restaurante e por que a casa dela é distante. Atualmente, ela cozinha para grupos, em circuito fechado, formado por seus amigos e conhecidos. Ela também diz que conhecia alguns produtores da feira onde o agricultor 1 expõe seus produtos.

Verificamos, portanto, que o contato desta Chef com os produtores é restrito e quase se limita aos encontros esporádicos na feirinha.

Essa chef atua, preponderantemente, fora do circuito comercial. Ela assegura que as pessoas a procuram muito quando os médicos dizem que têm que mudar a alimentação, então lhe perguntam como fazer. Ela não cobra nada, tudo informalmente. Ela não usa óleo de soja de jeito nenhum, refoga tudo na água. Afirmo, também, que a clientela dos restaurantes onde já trabalhou eram pessoas de fora que moravam e tinham empreendimentos na cidade, no fim de semana tinha os clientes da pousada. À noite, fazia uns jantares mais elaborados, servidos à francesa, com técnicas francesas, mas os ingredientes do Brasil.

Existe, portanto, uma contribuição do domínio social dos profissionais especializados no processo de comercialização. Entretanto é restrita e os espaços de comercialização são limitados. As vendas desses produtores se limitam, basicamente, aos contatos que conseguem fazer na cidade, essencialmente, com a ajuda da Líder e da Chef. Estas,

por sua vez, têm outras atividades prioritárias em suas vidas e, no SF, não voltam sua atuação, especificamente, para a comercialização. Esta atividade cabe, a nosso entender, aos próprios produtores, pois são eles que realmente dependem disto para viver.

Se a proposta do Slow Food é um “empreendedorismo politizado”, existe uma exigência de capacidade empreendedora. Como vimos, é um empreendedorismo “diferenciado”, pois implica a valorização da qualidade, da justiça social, na recuperação de hábitos tradicionais, mas, ainda assim, trata-se de um empreendimento e, portanto, requer dos participantes encontrar soluções em seus contextos sociais para a viabilização de seu projeto.

A criação de um mercado para os produtos apoiados pelo SF implicará, portanto, a criação de espaços de comercialização em que o público consumidor esteja atento para as ideias do movimento. Esses espaços devem ser ampliados e voltados à incorporação de um público consumidor cada vez maior. Por conseguinte, cabe aos produtores a atitude de viabilizar esses espaços utilizando ao máximo todas as aberturas que a cidade oferece para isto e usar sua própria criatividade, sagacidade e capacidade de reflexão. Consideramos que, justamente por este projeto ser sua estratégia de *livelihood*, eles deveriam contar com a motivação necessária.

Por exemplo, as feirinhas são uma possibilidade de venda, mas este não é propriamente um ambiente que atraia muitos consumidores. Essas feirinhas são realizadas relativamente afastadas do centro turístico, não há uma articulação entre esta feira e os diversos estabelecimentos gastronômicos da cidade; tampouco realizam atividades culturais, o que contribuiria para construir um espaço que, além do comércio, serviria para ampliar a convivência e o lazer. No próprio movimento SF Internacional, existe o projeto “Mercado da Terra”, que é uma rede internacional de mercados, de produtores e de camponeses e é também um lugar para comprar, encontrar-se, conhecer-se, comer em companhia. É um ambiente de sociabilidade e lazer, o que atrai pessoas.

Ainda que não haja a proposta e a permissão do Escritório Internacional para se criar um projeto como este em Pirenópolis, o modelo poderia servir ao Slow Food Pirenópolis como inspiração para se criar algo parecido.

Dado o tamanho e a importância social que o SF alcançou mundialmente, os membros locais deveriam aproveitar essas facilidades para criar algo mais chamativo. O próprio SF já demonstrou que se presta a isto, e esta é uma de suas estratégias para conquistar espaço

comercial. Graças à atuação que começou nos tempos do Arcigola, hoje, o SF é referência comercial na Itália e tem os produtos que apoiam inseridos em cadeias supermercadistas.

A experiência do “Gruppi di acquisto solidale” (GAS) italiano é outra possibilidade de comercialização que poderia ser muito viável em Pirenópolis, tanto pelo lado dos consumidores, quanto pela existência de produtores orgânicos ali presentes. Em várias cidades no Brasil, a produção orgânica é praticamente inexistente, por isso, potenciais consumidores deste tipo de produto ficam frustrados em seus desejos de consumir produtos frescos da estação, plantados “naturalmente”. Este não é o caso de Pirenópolis, mas justamente o contrário, ali existem produtores que precisam dar saída às suas mercadorias. Em Pirenópolis, esses produtores estão inseridos numa rede internacional do porte do SF, na qual circulam inúmeras experiências de produção e consumo, mas não se valem destas experiências para criar um comércio mais estruturado localmente.

Em Pirenópolis, as agências dos atores dos dois domínios sociais dificultam esse tipo de empreendimento, pois o domínio social dos profissionais especializados se envolve de maneira restrita e os produtores, ainda que assumam uma postura ativa, reproduzem uma atitude de esperar soluções dos agentes do domínio social dos profissionais especializados – que não chega.

Nesse contexto, se os produtores são os que demonstram a necessidade de concretizar e fortalecer o projeto – estratégias de livelihood –, então, são eles que deveriam assumir a liderança e se dedicar a encontrar solução aos obstáculos. O Diretor do Mercado da Terra, ao se referir ao “Mercatto della Terra” de Bolonha, usa a expressão “pequeno milagre” para se referir a cada sábado em que o mercado acontece, devido ao seu intenso trabalho durante cada semana para a concretização do mercado.

A cidade de Pirenópolis está cheia de pessoas altamente capacitadas em termos profissionais e com contatos que se estendem fora de Pirenópolis, mormente, em Brasília e São Paulo. Além disto, são pessoas de diversos ramos, como o setor hoteleiro, restaurantes, área ambiental, área de humanas que, em grande parte, procuram esta cidade para concretizar um estilo de vida mais voltado para a natureza e o contato social mais próximo umas das outras, fugindo do individualismo característico dos grandes centros urbanos. Dessa forma, são pessoas que se mostram mais disponíveis a cooperar com esse tipo de iniciativa do SF, mas isto não foi explorado pelos membros do SF local.

Consideramos, portanto, que a inexistência dessa interação com um maior número de pessoas na cidade de Pirenópolis é resultado de uma agência, tanto do domínio dos produtores como do domínio dos profissionais especializados. Esses produtores em vez de aproveitar as ajudas da líder e da chef e ampliar seu círculo de contatos, ficam esperando, principalmente delas um retorno que não é suficiente para o fortalecimento da comercialização.

### 5.3 A NEGOCIAÇÃO COMO MECANISMO POLÍTICO DE CONSTRUÇÃO DE NOVOS ESPAÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO

A comercialização dos produtos faz parte do que chamamos de “empreendedorismo politizado”. Dessa forma, é um tipo de empreendimento que implica, necessariamente, uma disputa de poder com as práticas vigentes. Essa “comercialização politizada” se insere no mercado e constrói novos espaços de relações de produção e consumo alimentar. A capacidade de iniciativa, neste momento, é essencial, pois a disputa de poder requer sagacidade, perseverança e dedicação. Para tanto, os produtores, que seriam os seus principais agentes, deveriam estar conscientes de que estão atuando, também, politicamente.

Em Pirenópolis, há restaurantes que aderem ao estilo “ecológico”, os quais atraem um público consumidor com bom poder aquisitivo, que poderiam ser encaixados na classificação de consumidores *ego-trip* ou até mesmo *ecológico-trip*. De acordo com Darolt (2003), no Brasil, entre os consumidores de orgânicos:

[...] a maioria é usuário de internet com renda entre 9 e 12 salários mínimos, apresentando nível de instrução correspondente ao ensino superior completo. São pessoas que têm o hábito de praticar atividades físicas com frequência e, mesmo morando nos centros urbanos, procuram um estilo de vida que privilegie o contato com a natureza, o que faz com que frequentem parques e bosques regularmente. Estes dados indicam que locais de comercialização direta como as feiras agroecológicas teriam maior possibilidade de êxito em áreas naturais (parques, bosques e praças). Além disso, são pessoas muito preocupadas com a saúde e a qualidade de vida, que privilegiam terapias e medicinas alternativas (DAROLT, 2003, p. 2).

Por ser uma cidade com forte turismo ecológico, Pirenópolis atrai pessoas de grandes centros urbanos, como Brasília e São Paulo, que se enquadram na descrição acima. Estas pessoas circulam pela cidade e frequentam os restaurantes com propostas ecológicas.

Entretanto o SF não inseriu seus produtos nestes espaços. O agricultor 2 afirma que os restaurantes pagam caro por produtos fora da estação, porque querem atender às exigências dos consumidores que, em sua maioria, desconhecem as estações do ano de cada alimento. Ele assegura que os restaurantes da cidade comprem no CEASA e usam produtos convencionais, portanto, “eco é só nome”. Esta atitude revela um desprezo por esse tipo de consumidor por não ser aquela pessoa engajada politicamente e militante. Entretanto a conquista deste tipo de consumidor poderia fortalecer a comercialização “boa, limpa e justa”, pois, no ato da compra, o consumidor *ego-trip* reforça este tipo de produção.

O padrão de comercialização industrial é este que busca vender a maior quantidade possível para garantir mais lucratividade, portanto, se o consumidor exige, o estabelecimento comercial oferece. Contudo cabe ao produtor vender seu produto e as ideias incorporadas a ele. Esses espaços, como os “restaurantes eco”, podem se constituir em espaços de luta pela a “comercialização politizada”.

Esses restaurantes são arenas de intercâmbio onde os produtores podem atuar no sentido de construir identidades entre consumidores. Para tanto, os produtores precisam dominar bem o discurso e as propostas do SF para vender, junto com os produtos, a suas ideias. Como vimos, Raynolds (2002) informa que as “commodities chains” podem ser entendidas como interconexões de fluxos discursivos e materiais por meio das arenas de produção e consumo. No movimento SF, as ideias que saem da Itália se inserem no contexto local, adaptadas à sua realidade, e contribuem para a conquista de novos espaços de comercialização.

O produtor precisa do mercado, precisa abrir esse mercado, e uma possibilidade é se inserir nesses espaços com proposta 'eco'. Faz parte do “empreendedorismo politizado” abrir um mercado que incorpore os critérios do 'bom, limpo e justo'. Ele vai construir um campo de consumidores e de comerciantes que vão estar atentos para as questões sociais, ambientais, culturais e organolépticas dos produtos. Os consumidores *ecológico-trip* ou os *ego-trip* podem constituir importantes atores neste processo.

Para tanto, o produtor não pode agir sozinho ele vai precisar de ajuda do domínio social dos profissionais especializados. Os agricultores têm dificuldade de se “movimentar” e abrir espaços de mercado nesses circuitos. A proposta da Fortaleza é justamente reduzir essas distâncias entre domínios sociais, promovendo a articulação entre diferentes atores. As pessoas do domínio social dos profissionais especializados realizam um trabalho coletivo com o qual elas próprias compartilham as ideias e valores.

Essas pessoas contribuem, portanto, para a construção de uma sociedade com trocas comerciais que elas próprias valorizam. Entretanto, em Pirenópolis, mesmo que haja apoio aos produtores, não é feito de forma a que realmente conquistem um espaço no comércio local.

A conquista de espaço nos “restaurante eco” de Pirenópolis poderia se constituir como uma forma de efetivamente fazer frente à comercialização dominante. Para tanto, esses agricultores precisariam entender que estão numa disputa de poder e é essencial a capacidade de iniciativa. De início, os produtores do SF não necessitam ter uma refinada capacidade de crítica social, mas ter em mente que a comercialização está dominada pela lógica industrial e cabe a ele construir seu espaço nestes ambientes, orientando-se pela lógica do “empreendedorismo politizado”.

A negociação, na prática do “empreendedorismo politizado”, entra como mecanismo essencial. É pela negociação que os produtores vão apresentar aos donos de estabelecimentos comerciais condições viáveis de comercialização, sem ferir seus princípios do “bom, limpo e justo” e apresentando propostas favoráveis ao comerciante.

Por exemplo, esses produtores não precisariam ser os únicos fornecedores, mas poderiam propor ao restaurante que abrisse um espaço com “produtos locais da estação”, cujos pratos seriam vendidos de acordo com a disponibilidade do momento. Esses produtores poderiam aproveitar a disponibilidade da chef francesa para criar alguns pratos e propor aos restaurantes. O trabalho com a chef francesa, certamente, mostrou ao agricultor 2 e sua família as inúmeras outras possibilidades de comercializar os alimentos, como, por exemplo, um restaurante que sirva pratos formulados a partir dos ingredientes disponíveis. No entanto isso não parece ter despertado neles a iniciativa de abrir outros campos de comercialização, por exemplo, tentando ‘convencer’ outros restaurantes a adotar esse tipo de prática. Nem a filha dele, que frequentou outros domínios sociais e abriu horizontes de ideias e teve algumas ideias para ajudar o trabalho da família, parece ter sido

motivada a encontrar caminhos para entrar no comércio local com mais força.

A negociação comercial é o principal instrumento político de construção de um mercado que incorpore outros princípios e valores.

Esse exemplo explicita, também, a relação de poder das práticas alimentares. Vê-se que o poder é entendido com processo, neste sentido, a produção e consumo alimentar envolvem relações de poder em constante reprodução ou reconstrução. Se o produtor consegue inserir-se no mercado, a relação comercial deste produto não traduz os moldes industriais, em termos de qualidade, de justiça social e competitividade. A negociação é o momento em que os princípios que orientam a lógica industrial e os princípios que orientam o “empreendedorismo politizado” disputam espaço no mercado.

Quando o produtor declara que “eco é só nome” num tom de desconsideração e descartando esses espaços como possibilidades de comercialização, ele não incorpora a atitude empreendedora que visa ampliar seus espaços de comercialização.

A crítica política radical é incompatível com a lógica comercial. Quando o produtor membro do SF assume esta postura, ele descarta a possibilidade de construir relações comerciais que favoreçam a inserção de seus produtos no mercado, sob as condições que esses tipos de produtos requerem e tendo o retorno social de que sua família necessita. O consumidor pode assumir uma atitude crítica e fazer escolhas de *consumo* adequadas ao que pensa, mas, no caso dos agricultores, o que está em jogo é a sobrevivência de sua família. Ou seja, que os agricultores se mobilizem de fato orientados por estas ideias para abrir novos mercados. O que não ocorre em Pirenópolis.

Além disto, a crítica radical aos estabelecimentos que se orientam para o consumo pode levar à restrição dos espaços de comercialização, como é o caso da feirinha da prefeitura, e também pode cair na situação em que Holoway et al. (2007) chamou a atenção para os riscos do romantismo que envolve as propostas alternativas radicais, retirando-as da condição de serem também alvo da mesma reflexão crítica que é aplicada ao sistema alimentar dominante.

Falta, portanto, tanto do domínio dos produtores quanto do domínio dos profissionais especializados, a compreensão de que o poder não tem uma localização determinada e não pode ser apropriado de forma definitiva, ele passa pelos indivíduos, como centros de transmissão. Neste sentido, a disputa pelo modo de comercializar trava, necessariamente, uma relação de poder que precisará ser enfrentada para a conquista de espaços de comercialização.

Nessa área comercial, a disputa de poder se traduz na negociação. Se se assumir uma atitude de crítica radical e sair do cenário, deixa-se o campo livre para as práticas convencionais de comércio, baseadas na produção industrial. Caberia, dentro da perspectiva do SF, tanto aos produtores como ao domínio dos profissionais especializados, forjar argumentos, estratégias e mecanismos de negociação para criar espaços e formas de comercialização guiados por valores de sustentabilidade e justiça social.

O supermercado *Eataly* abre espaço para esse tipo de comercialização. Cria, assim, mecanismos de gestão e comercialização que buscam atender aos critérios de que os produtos sejam organolepticamente bons, sustentáveis do ponto de vista ecológico e justos do ponto de vista social. Assim, aspiram promover este conceito de qualidade, tanto no que toca à produção quanto ao consumo. Além disto, vimos exemplos de outras estratégias, tanto italianas como brasileiras, de exitosos empreendimentos que conseguiram boa inserção comercial de seus produtos. Vimos, também, que esse tipo de “comercialização politizada” é valorizado também pelo responsável de extensão rural que ressalta os aspectos culturais, formas de vida, resgate de raízes no processo de produção e comercialização.

Portanto, o que chamamos de “comercialização politizada” é uma prática que vem tendo êxito e reconhecimento de diferentes atores na sociedade, entretanto, em Pirenópolis, as práticas do SF não traduzem essa percepção.

A experiência do Arcigola mostra que seus participantes não ficaram esperando da sociedade um reconhecimento do valor das ideias que defendiam e da proposta empreendedora que tinham em mente. Pelo contrário, eles foram construindo esse “empreendedorismo politizado” e se colocando na sociedade, conquistando seu espaço, (mediante o formato de sua gestão coletiva, da interação com os clientes explicando a eles sobre as qualidades do produto e a maneira como são produzidos; criando catálogos com critérios “não elitistas”) e conquistando adesão do público. Eles não esperaram um reconhecimento social e dos consumidores de antemão, lutaram por isso. Isto faz parte da capacidade de iniciativa.

Entendemos que, da mesma forma que o Arcigola desenvolveu uma capacidade de iniciativa fundamental para a construção de uma prática empreendedora, os membros do SF de Pirenópolis, sobretudo os produtores, precisam desenvolver uma iniciativa de construção de espaço comercial na cidade.



## 5.4 ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO: O FIO TÊNUE ENTRE A “COMERCIALIZAÇÃO POLITIZADA” E A COMERCIALIZAÇÃO INDUSTRIAL

Como foi rapidamente exposto, os projetos exitosos também trazem questões polêmicas sobre a comercialização. Quando questionado sobre um acordo entre o Slow Food e uma rede AUTOGRILL<sup>51</sup>, o Presidente da Fundação respondeu que é realmente muito complicado e polêmico. Segundo ele, este é um momento difícil para o SF, porque os recursos públicos estão escassos. A concorrência para os projetos europeus está muito acirrada, a cooperação internacional e a Comuna também reduziram verbas. Ele afirma que, como toda associação, tem um problema de recurso. Além disto, assegura que “as coisas se decidem em coletivo”, por votação no Slow Food, e a maioria votou que sim ao projeto com o Autogrill. Ele argumenta que o Slow Food sente a pressão de parte de seus membros, pressão externa sobre algumas decisões que tomam, mas argumenta que não são perfeitos. De toda forma, ao decidir, eles precisam considerar que têm escritórios, contas e, então, tentam fazer o que é aceitável.

Ele reforça que as doações existem, mas não são constantes e, muitas vezes, não são neutras. Vivendo somente dos sócios não se pode fazer quase nada, especialmente, no âmbito internacional. Piero informa que tentam ser transparentes, colocar as questões “na mesa” e discutilas.

Para o diretor o foco do Slow Food, neste momento, é que os produtos tenham saída para os restaurantes, porque a demanda de supermercados não é satisfeita pela capacidade produtiva do pequeno produtor. As Fortalezas de vinho e azeite têm mais facilidade de atender às grandes demandas de transporte, de validade, etc. Mas, em geral, as Fortalezas não têm estrutura para as demandas de grandes cadeias comerciais. Ele menciona que o baru poderia servir aos supermercados, porque se transporta bem, tem boa conservação, mas, por outro lado, o queijo de leite cru mineiro é difícil, já que é um produto perecível. A ideia é vender, primeiro, no plano local, depois, em supermercados. Segundo o Presidente, seria interessante o produtor deixar parte da produção para o viajante curioso, para o restaurante local, para a população local, etc., mas refere que há produtores que não pensam assim e querem vender tudo de uma vez.

---

<sup>51</sup> Grupo italiano multinacional de restaurantes presente em autoestradas e aeroportos. Disponível em: <http://www.autogrill.com/>. Acesso em 30 abr. 2013.

Ele afirma que são duas estradas, uma da agroprodução capitalista e a outra da produção em pequena escala. Mas que essa pequena escala está longe de alimentar a todos. Claro que, com o número de pequenos agricultores que existem hoje e com a quantidade de desperdício, isso não é possível. Outra questão necessária para viabilizar essa proposta é que as pessoas comam menos, mas comam melhor. Segundo ele, a quantidade de carne que se come hoje não é sustentável, tampouco há espaço para tanta criação de animais. Pelo tamanho do Slow Food, a tendência geral é se pensar que tem a mesma lógica das grandes multinacionais – voltada para os interesses da organização –, mas, pelo contrário, o Slow food, mesmo que caminhe para ser uma superpotência, tem o objetivo de fortalecer os atores locais.

O diretor toca em questões muito importantes sobre a sobrevivência econômica de uma associação do porte do SF e a comercialização alimentar e as questões que permeiam as novas propostas de produção e consumo alimentar. Entendemos que, do ponto de vista da comercialização, a questão de onde comercializar não é o ponto mais fundamental. Como o produto já é o resultado de relações sociais “boas, limpas e justas”, à medida que este produto for ganhando espaço no mercado, seja nas prateleiras de um supermercado, numa feira, num pequeno comércio, ele já está transformando o ato da compra num ato político, que reforça este um tipo de produção e consumo alimentar que se opõe ao dominante.

Estudos como o de Oosterver et al. (2010) analisam,

[...] diversos tipos de envolvimento dos supermercados em práticas que podem ser identificadas como sustentáveis [...] com estas iniciativas ficam ainda mais fluidas as divisões entre os espaços alternativos e convencionais. Estes fluxos abrem novos desafios para a conceituação desses espaços em transformação (p. 9).

Dessa forma, os espaços de comercialização estão se reconfigurando e as fronteiras entre o que é convencional e alternativo já não são claras. Neste sentido, o campo de comercialização pode se abrir aos produtores, desde que eles incorporem iniciativas de abrir espaços comerciais sem excluir de antemão os supermercados como possibilidade de comercialização.

Como a própria líder afirma, o trabalho do Slow Food no Brasil vai no sentido de repensar as normas legais de comercialização, tentando discutir com os órgãos governamentais, buscando flexibilizar essas normas. Justifica que trabalham também no sentido de mostrar para o consumidor que existe uma realidade excludente e que os produtores do pequeno produtor estão se perdendo muito em função da rigidez das regulamentações. Este é mais um caminho de abertura para facilitar o “empreendedorismo politizado”.

É um processo que ainda está se construindo, e não se pode perder de vista que os produtores precisam encontrar mecanismos efetivos de abertura de espaço comercial.

## 5.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO SLOW FOOD COM FOCO NO LÍDER: LIMITAÇÕES AO SEU PRÓPRIO FORTALECIMENTO LOCAL

Os líderes de Convívio assumem uma responsabilidade e em suas atividades e interação com os demais participantes, o líder acaba ocupando uma posição de poder decisório. Dessa forma, as iniciativas líder são fundamentais para a melhor compreensão dos contornos e das características do SF no âmbito local.

O fortalecimento da Arca é uma das diretrizes do Escritório Internacional para o fortalecimento do movimento no Brasil, e a líder assumiu um cargo político de destaque no SF.

A maneira como a Líder mobilizou seus contatos, seus conhecimentos, seu *know how* de trabalho e interesses garantiu a ela uma forte posição de poder no movimento. Assim, esses “mecanismos, caminhos e táticas” que ela usou foram frutíferos para seu fortalecimento na condição de participante do Slow Food Brasil. Suas práticas produziram efeitos reais de seu reconhecimento como líder, tanto dos produtores locais quanto do movimento no nível nacional e internacional.

Essa relação de poder interna ao SF, que promove seu fortalecimento como movimento, pode também explicar a situação de debilidade em que o movimento se encontra atualmente em Pirenópolis. Como vimos, o contato que este domínio social dos “produtores” tem com o domínio social dos profissionais especializados é basicamente esta líder.

Houve alguma atuação da Líder no sentido de ampliar a comercialização. Segundo ela, houve um empresário que “comprou” a ideia dos SF e começou a fazer parte da Comunidade do Baru. Naquele

momento, a líder e seu colega julgaram que seria interessante ter esse empresário na Fortaleza para dar vazão no mercado dos produtos da Fortaleza. Mas, atualmente, ele não faz mais parte da comunidade do Barú, nem compra barú fornecido por esta fortaleza, ainda que siga no ramo com o licor de barú e outros produtos. Mais uma vez, vemos a atuação decisiva do líder na concretização dos projetos locais. Neste caso, ela e seu colega, pensando em maneiras de viabilizar o SF local, incorporaram nas atividades um empresário que eles consideraram que tinha o “perfil do SF”. Entretanto este empresário não permaneceu no SF. A líder juntamente com seu colega avaliavam e tomavam a decisão de quem estava apto a participar do SF local, ou não, de acordo com a sua interpretação deles da filosofia do movimento.

Essa relação que os produtores mantêm com a líder é um mecanismo de *livelihood*, e existe certo receio por parte dos produtores de contrariar as decisões ou visões de mundo da pessoa “de poder” no movimento. Se, no âmbito local, o envolvimento dos participantes é restrito, como ocorre em Pirenópolis, e as pessoas responsáveis – neste caso, a líder e os poucos agricultores – não dão força à parte da articulação dos diversos atores locais de modo a criar raízes, então, o projeto tende ao desaparecimento.

Nesse caso, ainda que a atuação da líder tenha trazido o Slow Food para essa cidade, sua atuação não favoreceu a comercialização, por outro lado, havia a debilidade de iniciativa dos produtores.

O restrito número de participantes no movimento local é fruto de uma não sintonia entre a maioria das pessoas e a maneira como as atividades estavam sendo desenvolvidas pelo SF local. Como a própria líder disse, em Pirenópolis, “é cheio de gente slow”; mas parece ter havido um choque de interpretações da filosofia do movimento entre os participantes, no qual, a líder por usar bem suas habilidades e posição de poder, foi restringindo a participação de outras pessoas do domínio social dos profissionais especializados ao movimento. O SF tem dois projetos, o movimento e o empreendedorismo – que estão articulados no que chamamos de “empreendedorismo politizado” –, e ela optou pela parte de movimento, porque é este que lhe dá mais poder dentro do SF e, além disto, não precisa do empreendedorismo coletivo para sobreviver. Ela usou sua posição de superioridade para desenvolver a parte de “movimento social” em detrimento dos interesses dos produtores em comercialização.

Em vista disto, a reestruturação organizacional do SF, retirando o foco no líder, parece ser uma opção razoável. Quando se dá poder demais ao líder, perde-se a possibilidade de abarcar outras ideias que

possam fortalecer o movimento local. A constituição de uma comissão formada por cerca de cinco participantes, os quais seriam representantes de seus respectivos domínios sociais (dos produtores e da 'classe média'), poderia ter resolvido esta situação e, provavelmente, salvado o projeto da Fortaleza do Barú.

## 5.6 SÍNTESE DO CAPÍTULO: O FRACASSO DO PROJETO LOCAL

No Brasil, participam do Slow Food pessoas posicionadas em diversos domínios sociais, principalmente no que chamamos domínio social dos profissionais especializados domínio dos “produtores”. A ideia do projeto “Fortaleza” é justamente reduzir as distâncias entre domínios sociais, promovendo a articulação entre diferentes atores que pertencem a diferentes domínios sociais, os quais darão às suas práticas o sentido da filosofia do “bom, limpo e justo”.

Entretanto este não parece ser o sentido principal que orienta as ações dos participantes em Pirenópolis. Por um lado, detectamos entre os agricultores uma agência que atribui ao movimento de estratégia de aumento de renda – *livelihood* –, o que poderia ser uma forte fonte de motivação para orientar seus trabalhos.

Por outro lado, os participantes do domínio social dos profissionais especializados, ainda que demonstrem afinidade com as propostas do movimento, não demonstram habilidade de encontrar saídas para as práticas comerciais necessárias ao sucesso do projeto. Somado a isto, consolidou-se uma estrutura de poder decorrente, notadamente, da agência da líder, na qual ela se tornou o centro das decisões do movimento local. Como não prioriza as ações para o fortalecimento das práticas comerciais que favoreceriam os produtores, o enraizamento comercial na cidade ficou debilitado. E as consequências disto recaem, sobretudo, nos agricultores que precisam deste recurso material para sobreviver.



## CONCLUSÕES

Nesta pesquisa, a produção e consumo alimentar no movimento SF foram analisadas a partir de sua complexidade. Buscou-se iluminar uma série de aspectos socioculturais, políticos e econômicos que permeiam as práticas alimentares.

No discurso, o SF defende a produção e comercialização de produtos que incorporam valores éticos, locais e gastronômicos. Entretanto, na articulação entre discurso e prática, os atores envolvidos interagem em contextos sociais onde permeiam percepções e interesses que entram em disputa, configurando um cenário complexo, cuja compreensão demanda uma abordagem teórico-metodológica que leve em conta as especificidades do contexto social analisado. A perspectiva construcionista de Norman Long nos permitiu detectar e incorporar na argumentação explicativa do caso de Pirenópolis, as interpretações e práticas dos atores locais as quais construíram a realidade do SF neste contexto. Seguindo esta abordagem, entre as múltiplas possibilidades de realização do discurso do SF, Pirenópolis é a concretização de uma delas. Os adeptos do SF participam, desenvolvem projetos e incorporam o discurso de forma processual, na qual os compromissos com seus respectivos domínios sociais são perpetuados. Através da noção de domínio social buscamos captar as disputas por recursos, informações, discursos que o conformam. Na análise de como ocorrem os fluxos sociais global e local, dentro do movimento SF, partimos da experiência do Arcigola e buscamos avaliar em que medida ela se concretiza em outras realidades. A análise revelou que os domínios sociais envolvidos no projeto em Pirenópolis são distintos dos tempos do Arcigola, pois nesta cidade, perdeu-se grande parte do sentido da ação proposto pelo movimento, que supõe práticas politizadas e realizadas coletivamente, vinculadas à gastronomia, que buscam o prazer na própria militância e visam ao bem comum. Perdendo o sentido, principalmente, no que concerne a contemplar o bem comum, promovendo condições de comercialização favoráveis aos produtores. Assim, o sentido da ação não se conserva, mormente, no aspecto do coletivo, pois constroem relações de poder desiguais e distribuem as atividades de maneira desvantajosas para os produtores. O que levou o projeto à quase falência. Como vimos, uma série de outros interesses permeiam as ações do movimento em Pirenópolis.

As relações de poder, dentro do movimento em Pirenópolis, dificultam a formação de uma rede mais ampla com maior atuação dos profissionais especializados locais e com iniciativas mais criativas dos

produtores, capazes de aproveitar o suporte destes profissionais. O que observamos é a consciência e a capacidade de teorização sobre as questões o movimento SF, mas na prática, as exigências econômicas, valores, significados e hábitos diferentes dos propostos pelo Arcigola exercem forte influência. O que não significa que em outras realidades esta experiência se repetirá. Portanto, o caso de Pirenópolis é singular e buscamos analisá-lo em sua especificidade.

Observamos que a abertura do SF às propostas e interpretações locais de como “pôr em prática” o alimento “bom, limpo e justo” é uma estratégia importante que permite a adesão de pessoas em diferentes partes do mundo. Entretanto constatamos que o movimento não se caracteriza pela homogeneidade de interpretações de sua filosofia, mas por uma série de disputas e interesses conflitantes.

Se, por um lado, o SF demonstra boa capacidade em difundir a ideia e conquistar adeptos, por outro, a sua filosofia cai em questões polêmicas, quando levadas à prática.

A maneira como o SF se realiza na Itália está entranhada das características sociopolíticas, culturais e econômicas italianas. As Fortalezas exitosas contam com um conjunto de aspectos sociais e materiais – equipamentos, tecnologia, instituições, organização – que não são facilmente reproduzidos em outros contextos. A aproximação entre produtores e consumidores com base nos princípios do “bom, limpo e justo” é outro aspecto complexo, pois os significados destes princípios são variáveis. A globalização cria uma série de complexidades, ambiguidades e diversificações de padrões de produção e consumo alimentar, que vêm e vão entre os âmbitos locais e globais. Os processos implicam uma série de novas condições e reações sociopolíticas em nível local, regional ou global. Trata-se de um “ordenamento global em termos de um padrão complexo e variável de homogeneização e diversidade” (LONG, 2007, p. 410, tradução nossa). No caso de Pirenópolis, os participantes do movimento local priorizaram aspectos da prática alimentar que não fortaleceu o crescimento do SF. Neste sentido, as experiências exitosas italianas tiveram pouca influência na maneira como o movimento se realizou neste contexto.

Neste contexto de globalização, as trocas de ideias, conhecimentos, informações e experiências se intensificam. O SF dinamiza estes intercâmbios e contribui para reconfigurar as realidades locais a partir de diretrizes internacionais. Este fluxo social está



permeado de disputas e acomodações entre atores sociais que levantam interessantes propostas de pesquisas futuras.

Como foi relatado no capítulo 4, uma equipe de técnicos da associação nacional ASBRAER esteve na Itália com vistas a conhecer e trocar experiências com os produtores de Fortalezas exitosas na Itália. Diante das impressões e observações feitas por estes técnicos durante a visita técnica, um instigante tema de investigação seria a análise de como as entidades políticas na área de extensão rural no Brasil percebem e colocam em prática as experiências exitosas de outros países.

De acordo com Oosterver (2004, p. 341), mesmo em contextos de grande fluxo global, as pessoas ainda vivem em espaços de lugar, com relações face a face, regras a serem seguidas e, nestes locais, constroem suas identidades. Esse é um processo em que a lógica do espaço-tempo dos espaços de fluxo devem se articular com esses espaços de lugar onde também há uma relação espaço-tempo própria. Assim, a interação local x global é elemento-chave na reorganização social que se concretiza.

No que se refere ao caráter empreendedor do SF, chamamos de “empreendedorismo politizado” as práticas comerciais que incorporam valores culturais e sociais à produção e comercialização de alimentos, dando a estas um caráter politizado.

Neste aspecto, detectamos problemas tanto nas práticas italianas como em Pirenópolis. Em termos gerais, os participantes do movimento tendem a não incorporar todos os critérios do “bom, limpo e justo” em suas ações. Os entrevistados do Escritório Internacional expõem que encontram sérios problemas neste sentido. Eles afirmam que existe uma incompreensão de que o empreendedorismo está subordinado a uma proposta maior de mudanças nos padrões alimentares mundiais, não se trata somente de um empreendedorismo comercial. No que tange às práticas de Pirenópolis – e de outros contextos locais distantes da Itália – os entrevistados apontam para uma falta de iniciativa a espera que o SF ofereça recursos e soluções na realização dos seus projetos.

Há, portanto, uma série de variações nos discursos, interpretações e práticas que fluem entre a Itália e o Brasil, as quais acabam dando características muito variadas ao movimento conforme este se concretiza.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Adilson Francelino; GUIVANT, Julia Silvia. Redes e interconexões: Desafios para a construção da agricultura sustentável. **Interthesis**, v. 7, n. 1, jan./jun. 2010.

BATTAGLINO, Cristina et al. (Ed.) (Itália). Slow Food Foundation For Biodiversity. **Social Report 2012**. Bra: La Stamperia, Carrù (cn), 2012. 132 p. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/INGL\_2012\_bilancio.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2012.

BECK, Ulrich. **O que é globalização?** Equívocos do globalismo e respostas à globalização. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

BELL, David; VALENTINE, Gill. **Consuming Geographies: we are where we eat**. London: Routledge, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **A reprodução**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1992.

BRUNORI, Gianluca; ROSSI, Adanella; GUIDI, Francesca. On the new social relations around and beyond food: Analysing consumers' role and action in Gruppi di Acquisito Solidale (Solidarity Purchasing Groups). **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 52, n.1, nov. 2011.

BUSCH, Lawrence. Can fairy tales come true? The surprising story of neoliberalism and world agriculture. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 50, n. 4, p.331-351, out. 2010.

CALLON, Michel. El proceso de construcción de la sociedad: el estudio de la tecnología como herramienta para el análisis sociológico. In: DOMÈNECH, Miquel; TIRADO, Francisco Javier (Org.). **Sociología simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1998. p. 143-170.

CASTELLS, Manuel. **La era de la información: Economía, sociedad y cultura**. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

CASTORIADIS, Cornelius, “Transformación social y creación cultural” en Cuadernos de Formación Docente No. 25, ENEP Acatlán-UNAM, Mayo de 1988, México. Disponível em: <<http://raularagon.com.ar/biblioteca/libros/Castoriadis/Castoriadis,%20C.%20-%20Transformaci%F3n%20Social%20y%20creaci%F3n%20cultural.pdf>>. Acesso em 20 jan. 2011.

CHYZAN, Janet. Slow Food: What, why, and to where? **Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research**. V.7, n.2, p. 117-132, ago. 2004.

CLARK, Christina. **Livelihood networks and decision-making among conglise young people in formal and informal refugee contexts in Uganda**. HICN, Households in Conflict Network. The Institute of Development Studies - at the University of Sussex Falmer, Brighton, 2006.

DAROLT, Moacir R. Comparação entre a qualidade do alimento orgânico e convencional. In: STRINGHETA, P.C.; MUNIZ, J. N. (Ed). **Alimentos orgânicos: produção, tecnologia e certificação**. Viçosa: UFV, 2003.

EVERS, Tilman. Identidade: a face oculta dos novos movimentos sociais. **Novos estudos Cebrap**. Vol.2, n.4, abr. 1984.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 4. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir: história da violência nas prisões**. Petrópolis: Vozes, 1995.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo, Unesp, 1991.

GOODMAN, D. Agro-food studies in the ‘age of ecology’: nature, corporeality, biopolitics. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 39, n. 1, p. 17-38, jan. 1999.

\_\_\_\_\_. Ontology matters: the relational materiality of nature and agrofood studies. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, V. 41, n. 2, 182-200, abr. 2001.

\_\_\_\_\_. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**. V.19, n. 1, p. 1-7, jan. 2003.

\_\_\_\_\_. **Place and space in alternative food networks: Connecting production and consumption**. 2009. Disponível em: <<http://www.kcl.ac.uk/schools/sspp/geography/research/epd/working.html>>. Acesso em: 04 abr. 2012.

GOODMAN, D., DUPUIS, E. Melanie. Knowing Food and Growing Food: Beyond the Production and Consumption Debate in the Sociology of Agriculture. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 42, n. 1, p. 5-22. jan.2002

GRANOVETTER, Mark. **Economic institutions as a social construction**: A framework for analysis. Mimeo, Paris, 1991.

GUIVANT, Julia. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida *ego-trip*. **Ambiente e sociedade**, v. 6, n.2, jul./dez. 2003.

HOLLOWAY, Lewis et al. Possible food economies: a methodological framework for exploring food production-consumption relationships. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 47, n.1, jan. 2007.

KHONDKER, Habibul Haque. Glocalization as globalization: evolution of a sociological concept. **Bangladesh e-Journal of Sociology**, v. 1, n. 2, jul. 2004.

LABELLE, Julie. A recipe for connectedness: Bridging Production and Consumption with Slow Food. **Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research**, vol. 7, n. 2, p. 81-96, 2004.

LASH, S; URRY, J. **The end of organised capitalism**. Cambridge: Polity, 1987.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação**: Como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora. São Paulo: Ed. Unesp, 2000.

LONG, Norman. **Sociología del desarrollo**: una perspectiva centrada en el actor. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2007.

MARSDEN, T., WRIGLEY, N. Regulation, retailing an consumption. **Environment and Planning**, v. 27, n. 12, p. 1899-1912, 1995

MAZON, Marcia da Silva. Padrões de qualidade e segurança alimentares no terreno institucional brasileiro. **DADOS - Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 52, n.4, 2009.

MERCATTI DELLA TERRA (Itália). Slow Food. **Disciplinare dei prodotti dei Mercati della Terra**. [20--?]. Disponível em: <[http://www.mercatidellaterra.it/filemanager/official\\_documents/PRODOTTI.pdf](http://www.mercatidellaterra.it/filemanager/official_documents/PRODOTTI.pdf)>. Acesso em: 24 jan. 2012.

MOL, Arthur P. J.; SPAARGAREN, Gert. Para uma sociologia dos fluxos ambientais. Uma nova agenda para a sociologia ambiental do século XXI. **Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política**, Florianópolis, v. 4, n. 7, p. 27-76, out. 2005.

MURDOCH, Jonathan; MIELE, Mara. ‘Back to nature’: changing ‘word of production’ in the food sector. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 39, n. 4, out. 1999.

MURDOCH, Jonathan ;MIELE, Mara. The practical aesthetics of tradicional cuisines: Slow Food in Tuscany. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 42, n. 4, 2002.

MURDOCH, J. Networks: a new paradigm of rural development? *Journal of Rural Studies*, v. 16, n. 4, p. 407-419, out. 2000.

OOSTERVEER, Peter. Global regulation of Food and Consumer Involvement: Labelling of sustainable fisheries using the Marine Stewardship Council (MSC). In: INTERNATIONAL SEMINAR ON POLITICAL CONSUMERISM, 2004, Oslo. **Proceedings...** .Oslo: Edepot, 2004. p. 1 - 20.

OOSTERVER, Peter; GUIVANT, Julia; SPAARGAREN, Gert. Alimentos verdes em supermercados globalizados: uma agenda teórico-metodológica. In: GUIVANT, Julia; SPAARGAREN, Gert; RIAL, Carmen (Org.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2010. p. 15-57.

PADOVANI, Gigi; PETRINI, Carlo. **Slow Food revolution**: Da arcigola a Terra Madre una nuova cultura del cibo e della vita. Milano: RCS Libri S.p.A., 2005.

PETRINI, Carlo et al. **A centralidade do alimento**: Documento do VI Congresso Internacional do Slow Food 2012-2016. 2012. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/documentos/a-centralidade-do-alimento-carlo-petrini.pdf>>. Acesso em 24 jan. 2012

POLANYI, Karl. **A grande transformação**: As origens da nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

RAYNOLDS, Laura T. Consumer/Producer links in fair trade coffee networks. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 42, n.4, p. 404-424, out. 2002.

RITZER, George. **The 'McDonaldization' of Society**. 6 ed. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 2011.

ROBERTSON, Roland. Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad heterogeneidad. **Zona Abierta**, n. 92-93, p. 213-241, 2000. Del artículo original publicado en Featherston, Lash y Robertson, *Global Modernities*, Sage, Londres, 1997. Traducción de Juan Carlos Monedero y Joaquín Rodríguez.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice**: O social e o político na pós-modernidade, 3. ed. São Paulo: Ed. Cortez, 1997.

SASSATELLI, Roberta. Virtue, responsibility and consumer choice. Framing critical consumerism. In: BREWER, J; TRENTMANN, F. (Eds). **Consuming cultures, Global perspectives**: Historical trajectories. Oxford: Berg, 2006.

SASSATELLI, Roberta; DAVOLIO, Federica. Consumption, Pleasure and Politics: Slow Food and the politico-aesthetic problematization of food. **Journal of Consumer Culture**, v. 10, n. 2, p. 202-232, jul. 2010.

SASSEN, Saskia. **The global city**. New Jersey: Princeton University Presse, 1991.

\_\_\_\_\_. **A cidade global**: recuperando o lugar e as práticas sociais. In: Sociologia da globalização. Porto Alegre: Artmed, 2010.

SAQUET, Marcos Aurélio. Por uma abordagem territorial. In RIBAS, Alexandre Domingues; SPOSITO, Eliseu Savério; SAQUET, Marcos Aurélio. **Território e desenvolvimento**: diferentes abordagens. Francisco Beltrão: Unioeste, 2004.

SCHNEIDER, Stephen. Good, clean, fair: The rhetoric of the Slow Food movement. College English, vol. 70, n.4, Special Focus: Food, Published by National Council of Theachers of English, março, 2008.

SLOW FOOD ITÁLIA. **Manifesto Dello Slow Food**: Movimento Internazionale per la Tutela e il Diritto al Piacere. 1987. Disponível em: <[http://www.slowfood.com/filemanager/ConviviumLeaderArea/Manifesto\\_ITA.pdf?session=query\\_session:42F94BA90c8710F7B2ki9D919835](http://www.slowfood.com/filemanager/ConviviumLeaderArea/Manifesto_ITA.pdf?session=query_session:42F94BA90c8710F7B2ki9D919835)>. Acesso em: 23 jan. 2012.

\_\_\_\_\_. **How to Start a Convivium**. [20--?]. Disponível em: <[http://www.slowfood.com/filemanager/official\\_docs/INGL\\_vademecum.pdf](http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/INGL_vademecum.pdf)>. Acesso em: 24 jan. 2012.

\_\_\_\_\_. **Slow Food membership and affiliation regulations**. [20--?]. Disponível em: <[http://www.slowfood.com/filemanager/official\\_docs/SF\\_Memb\\_Regulation\\_ENG.pdf](http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/SF_Memb_Regulation_ENG.pdf)>. Acesso em: 24 jan. 2012.

\_\_\_\_\_. **Statuto Nazionale**. 2010. Disponível em: <<http://www.slowfood.it/11/statuto-nazionale>>. Acesso em: 24 jan. 2012.

\_\_\_\_\_. **Slow Food International Statute**. 2012. Disponível em: <[http://www.slowfood.com/filemanager/official\\_docs/SLOW\\_FOOD\\_STATUTE\\_2012.pdf?session=query\\_session:42F94BA818bc131E38UJ9E6DCF40](http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/SLOW_FOOD_STATUTE_2012.pdf?session=query_session:42F94BA818bc131E38UJ9E6DCF40)>. Acesso em: 24 jan. 2012.



\_\_\_\_\_. **Food and taste education:** It all starts with a taste. 2014. Disponível em: <<http://www.slowfood.com/international/12/food-and-taste-education> ?-session=query\_session:B16AE142112462595Cpm521D4D00>. Acesso em: 20 fev. 2014.

SOUZA, J. R. Mapa de localização dos Convívios Slow Food no Brasil. 2014. Escala 1:47.000.000.

\_\_\_\_\_. Mapa de localização das Fortalezas Slow Food no Brasil. 2014. Escala 1:47.000.000.

\_\_\_\_\_. Mapa de Localização da Região de Piemonte na Itália. 2014. Escala 1:3.000.000.

\_\_\_\_\_. Mapa de Localização de Pirenópolis – Goiás. 2014. Escala 1:800.000.

VERBALE CONGRESSO INTERNAZIONALE SLOW FOOD, 6., 2012, Torino. **Verbale VI Congresso Internazionale Slow Food.** Torino: Slow Food, 2012. 23 p. Disponível em: <[http://www.slowfood.com/filemanager/official\\_docs/Verbale\\_Congresso\\_SF\\_2012.pdf](http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/Verbale_Congresso_SF_2012.pdf)?-session=query\_session:42F94CA90a0993842Akx110CCC3A>. Acesso em: 24 jan. 2012.

VICTORIA, Ane; MARIASELVAM, P.. Organic farming of medicinal plants and alternative marketing. In: IFOAM-ASIA SCIENTIFIC CONFERENCE, 6., 2004, Yangpyung. **Proceedings...** .Yangpyung: Ifoam, 2004. p. 445 - 457.

WALLMAN, Sandra. The boundaries of household. In: COHEN, A. (ed.). **Symbolising Boundaries:** Identity and diversity in British Cultures. Manchester: Manchester University Press, 1986.

\_\_\_\_\_. Migrants in cities: modelling urban identities. **Antropológicas**, n.5, Porto UFP, 2005.

WATTS. M.; GOODMAN, D. (eds.). Globalizing food. Agrarian questions and global restructuring. London and New York: Routledge, 1997.

WEBER, Max. Economia e sociedade: Fundamentos da sociologia compreensiva. V. 1, São Paulo: Imprensa oficial do estado de São Paulo, 1999.

WHATMORE, S. From farming to agri-business: The Global Agro-food Chain. In. JOHNSTON, R.; TAYLOR, P.; WATTS, M. (eds.). **Geographies of Global Change**: Remapping the World in the Late 20th Century. Oxford: Blackweel, 1994.

\_\_\_\_\_. **Hybrid geographies**: natures cultures spaces. London: Sage, 2002.

ZIMATH, Ditmar Alfonso Zimath. Missão Técnica Brasil/Itália: Estratégias de vendas podem inspirar ações no Brasil. 2013. **Ascom ASBRAEL**. Entrevista concedida a Mariana Matias. Disponível em: <<http://www.asbraer.org.br/noticias,missao-tecnica-brasil-italia:-estrategias-de-vendas-podem-inspirar-aco-es-no-brasil,54093>>. Acesso em: 12 mar. 2014.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ANDRADE, Eliane Schmaltz F. **A pesquisa sociológica**: algumas reflexões. (mimeo).

ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. Editora Unicamp, Campinas, 1998.

\_\_\_\_\_. Estado do Mundo - 2010: Transformando culturas/Do consumismo à sustentabilidade. **O Valor**. São Paulo, p. 8. 29 jun. 2010.

ALVATER, E. Realidades possíveis na sociedade global. **Lua Nova**, n.40/41, 1997.

ANDERSON, P. Balanço do neoliberalismo. In: SADER, EMIR e GENTILI, Pablo (orgs). **Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1995.

ANDION, C. Gestão em organizações da economia solidária: contornos de uma problemática. **Revista de Administração Pública**, v. 9, n. 1, 2005.

BARBERA, Filippo; AUDIFREDI, Stefano. In pursuit of quality: The institutional change of wine production market in Piedmont. **Sociologia Ruralis: European Society for Rural Sociology**, Oxford, v. 52, n.3, July, 2012.

BARRETO, V. O conceito moderno de cidadania. **Revista de Ciências Sociais**, n.1, 1995.

BECK, U. **Risk society**: Towards a new modernity. London: Sage, 1992.

BENAKOUCHE, T. Tecnologia é sociedade: contra a noção de impacto tecnológico. In: DIAS, L.; C. E SILVEIRA, R.L.L. (orgs). **Redes, sociedades e territórios**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007.

BERGER, Peter. **Perspectivas sociológicas**: uma visão humanística. Petrópolis, Vozes, 6 ed., 1983.

BLOOR, D. **Conhecimento e imaginário social**. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

BOURDIEU, P. Reprodução Cultural e Reprodução Social. In: MICELI, S. (Org.). **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1982.

\_\_\_\_\_. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

BRATEC, Miha. Sustaining through gastronomy: The case of Slow Food Movement in Slovenia, its impacts on socio-cultural environments and tourism development. In: **Best Education Network VIII**, 2008.

BURGOS, M. **Ciência na periferia**: a luz síncrotron brasileira. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 1999.

CACCIA BAVA, S. A cidadania das ONGs. **Teoria e debate**, n.32, 1996.

CACCIAMALI, M.C. Globalização e processo de informalidade. **Educação e Sociedade**, n. 14, 2000.

CARDOSO, Ruth C. L. Movimentos sociais urbanos: Balanço crítico. In: **Sociedade e política no Brasil pós-64**. São Paulo, Ed. Brasiliense. 1983.

CECILIO, Luiz Carlos de Oliveira; MOREIRA, Maria Elisa. Disputa de interesses, mecanismos de controle e conflitos: a trama do poder nas organizações de saúde. **RAP Rio de Janeiro**, Jul/Ago, 2002.

COELHO, F. Economia solidária: ampliando o debate. **Teoria e Debate**, n.48, 2001.

COHEN, L.J. Sociedade civil e globalização: Repensando categorias. **Dados- Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 46, n. 3, 2003.

COSTA, S. Esfera pública, redescoberta da sociedade civil e movimentos sociais no Brasil. **Novos Estudos Cebrap**, n. 38, 1994.

\_\_\_\_\_. Movimentos sociais, democratização e a construção de esferas públicas locais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 12, n. 35, 1997.

DAGNINO, E. Construção democrática, neoliberalismo e participação: os dilemas da confluência perversa. **Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política da UFSC**, Florianópolis v. 1, n. 5, 2004.

DONATI, Kelly. The pleasure of diversity in Slow Food's ethics of taste. **Food, Culture & Society**, v. 8, n. 2, 2005.

DOWBOR, L. Desenvolvimento social. **Teoria e Debate**, n. 32, 1996.

DURKHEIM, Emile. Sociologia. In: RODRIGUES, José Albertino; FERNANDES, Florestan (orgs.). **Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 1978.

FRANÇA-FILHO, G.; LAVILLE, J. Terceiro setor, economia social economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais. **Bahia Análise & Dados**, v. 12, n. 1, 2002.

GAMBERA, Armando. **Master of Food**: Il gusto di saperne ancora di più. Formaggio. Bra: Slow Food Editore, 2011.

\_\_\_\_\_. **Em defesa da sociologia**: Ensaaios, interpretações e tréplicas. São Paulo: Unesp, 2001.

GARCIA, Rosana A. M. Relações de comercialização entre produtores orgânicos e supermercados. In: GUIVANT, J; SPAARGAREN, G.; RIAL, C (orgs.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: UFSC, 2010.

GIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich; LASH, Scott. **Modernização reflexiva**: Política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Unesp, 1997.

GÓMEZ, J. M. Globalização, estado-nação e cidadania. **Contexto Internacional**, v. 20, n. 1, 1998.

GOODMAN, David; GOODMAN, Michael. Localism, livelihood and the 'post-organic': Changing perspectives on alternative food networks

in United States. In: **Environment, Politics and Development Working Paper Series**, Department of Geography, King's College London. 2007.

GOENDER, J. Desafios para uma força social emergente. **Estudos Avançados**, v. 14, n. 39, 2000.

GUIVANT, Julia S. A trajetória das análises de risco: Da periferia ao centro da teoria social. **Revista Brasileira de Informações Bibliográficas**, ANPOCS, n.46, 1998.

\_\_\_\_\_. Riscos alimentares: Novos desafios para a sociologia ambiental e a teoria social. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**. n.5, 2º semestre 2002.

\_\_\_\_\_. Transgênicos e percepção pública da ciência no Brasil. **Ambiente e Sociedade**, v. 9, n. 1, 2006.

\_\_\_\_\_. O controle de mercado através da eco-eficiência e do eco-consumo: uma análise a partir dos supermercados. **Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política da UFSC**, Florianópolis, v. 8, n. 15, p.173-198, out. 2009.

GUIVANT, Julia; CAPALBO, Deise M. F.; NEPOMUCENO, André; FONTES, Eliana G.; PIRES, Carmen S. Acima dos confrontos sobre os transgênicos: Uma experiência piloto de consulta pública. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 26, n. 1/3, p. 11-37, jan./dez. 2009.

HANNIGAN, John A. **Sociologia ambiental**: A formação de uma perspectiva social. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

HAYES-CONROY, Allison; HAYES-CONROY, Jéssica. Visceral difference: variations in feeling (slow) food. **Environment and planning**, v. 42, 2010.

HOLT-GIMÉNEZ, Eric. **Food movements unite!** Bra: Slow Food Editore, 2011.

HOLT, Maurice. It's time to start the Slow School movement. **Phi Delta Kappan**, v. 84, n. 4, december, 2002.

JONES, Peter; SHEARS, Peter; HILLIER, David; COMFORT, Daphne; LOWELL, Jonathan. Return to traditional values? A case study of Slow Food. **British Food Journal**, v. 105, n. 4/5, 2003.

KNOX, Paul. Creating ordinary places: Slow cities in a fast world. **Journal of Urban Design**, v. 10, n.1, 2007.

KNOX, Paul; MAYER, Heike. Slow cities: sustainable places in a fast world. **Journal of Urban Affairs**, v. 28, n. 4, 2006.

LATOUR, B. e WOOLGAR, S. **A vida em laboratório**: A produção dos fatos científicos. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1997.

LAVILLE J. , FRANÇA FILHO, G. C. **Economia solidária**: Uma abordagem internacional. Porto Alegre: EDUFRGS, 2004

LEITCH, Alison. Slow Food and the politics of pork fat: Italian food and European identity. **Ethos Journal of Anthropology**, v. 68, n. 4, p. 437-462, 2010.

LENOIR, Yves. Três interpretações da perspectiva interdisciplinar em educação em função de três tradições culturais distintas. **Revista E-Curriculum**, São Paulo, v.1, n.1, 2005-2006.

LIA POGGIO (Rio de Janeiro). Slow Food (Org.). **Rio de Janeiro: 100 dicas Slow Food**. Rio de Janeiro: Pancrom Indústria Gráfica, 2012. 128 p. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/documentos/guia-slowfood-100dicas-rio-de-janeiro.pdf>>. Acesso em: 24 jun. 2014.

LYNN, Freda; POLDONY, Joel M.; TAO, Lin. A sociological (De) Construction of the relationship between status and quality. **American Journal of Sociology**, v. 115, n. 3, november, 2009.

MENELEY, Anne. Extra virgin olive oil and Slow Food. **Canadian Anthropology Society**, v. 46, n. 2, 2004.

MILANO, Serena; PONZIO, Raffaella; SARDO, Piero. **L'Italia dei presidi**: Guida ai prodotti da salvare. Bra: Slow Food Editore, 2004.

MOL, Arthur P. J. Enverdecendo a economia em rede: colocando a governança informacional em perspectiva. In: GUIVANT, J.

MONTANARI, Massimo. **La comida como cultura**. Asturias: Trea S. L., 2004.

MORO, Eduardo João. A venda de alimentos orgânicos: uma metodologia de análise das estratégias dos supermercados. In: GUIVANT, J. SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (orgs.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: UFSC, 2010.

NOBRE, Júlio C. A.; PEDRO, Rosa Maria L. R. Reflexões sobre possibilidades metodológicas da Teoria Ator-rede. **Cadernos UniFOA**, n. 14, dez. 2010.

OOSTERVEER, Peter; SPAARGAREN, Gert. Mecanismos inovadores para o enverdecimento das cadeias globais de alimentos: o caso da provisão de peixes marinhos. In: GUIVANT, J. SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (orgs.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: UFSC, 2010.

ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu**: Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1983.

PAXSON, Heather. Slow Food in a fat society: Satisfying ethical appetites. **Gastronomica: The journal of food an culture**, v. 5, n.1, 2005.

PEACE, Adrian. The representation and rethoric of Slow Food's Regional Cooking. **The Journal of Food and Culture**, v. 6, n. 1, 2006.

\_\_\_\_\_. Terra Madre 2006: Political Theater and Ritual Rhetoric in the Slow Food Movement. **Gastronomica: The journal of food and culture**, v. 8, n. 2, Spring, 2008.

PETRINI, Carlo. **Terra Madre**: Forging a new global network of sustainable food communities Bra: Slow Food Editore, 2009.

\_\_\_\_\_. Gastronomia, direito humano. Publicado no Le Monde Diplomatique. Tradução Patricia Andrade. Julho, 2010.

\_\_\_\_\_. **Buono, pulito e giusto**: Principi di nuova gastronomia. Torino: Giulio Einaudi s.p.a., 2005.



\_\_\_\_\_. Quem planta utopia colhe realidade (entrevista). **Planeta**. Agosto, 2010.

PIETRYKOWSKI, Bruce. You are what you eat: The social economy of the Slow Food movement. **Review of Social Economy**, University of Michigan-Dearborn, v. 62, n. 3, 2004.

PINCH, T.J.; BIJKER, W.E. The social construction of facts and artifacts: or how the Sociology of science and de sociology of technology might benefit each other. In. BIJKER, W.E., HUGHES, T.P.; PINCH, T. **The social construction of technological systems: New direction in the Sociology and the history of technology**. Cambridge: Mass, 1997.

PINK, Sara. Sense and sustainability: The case of the Slow City movement. **Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability**, v.13, n. 2, abr. 2008.

POLLAN, MICHAEL. **O dilema do onívoro**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2007.

RABEHARISOA. The economy of qualities. **Economy and society**, v. 31, n. 2, 2002.

\_\_\_\_\_. Materials for an exploratory theory of the network society. **British Journal of Sociology**, v. 51, n.1, January/March 2000.

RAUD-MATTEDI, Cécile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: Análise do papel das instituições na Sociologia Econômica Clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 20, n. 57, 2005.

RIAL, Carmen. Rodar: a circulação dos jogadores de futebol brasileiros no exterior. **Horizontes Antropológicos**. v. 14, n. 30, p. 21-65, 2008.

\_\_\_\_\_. As práticas alimentares e suas interpretações. In: GUIVANT, J. SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (orgs.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: UFSC, 2010.

\_\_\_\_\_. Os fast-food uma homogeneidade contestável na globalização cultural. **Revista Virtual de Antropologia**, v. 2, n. 2, dez. 2000.

SPAARGAREN, Gert; MARTENS, Susan. Globalization and the role of citizen-consumers in Environmental politics. **International Seminar on Political Consumerism**, Oslo, 26-29 August, 2004.

SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (orgs.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: UFSC, 2010.

SILVEIRA, Paulo R.C; GUIMARÃES, Gisele M. Conflitos e desafios na comercialização de produtos orgânicos processados nas redes de supermercados. In: GUIVANT, J. SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (orgs.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: UFSC, 2010.

SLOW FOOD (Itália). **Financial Statement 2011**. 2011. Disponível em: <[http://www.slowfood.com/filemanager/Convivium Leader Area/FinancialStatement2011\\_ENGpdf.pdf](http://www.slowfood.com/filemanager/Convivium_Leader_Area/FinancialStatement2011_ENGpdf.pdf)>. Acesso em: 24 jan. 2012.

SORACCO, Diego; VASSALLO, Eric. **Master of Food: Il gusto di saperne ancora di piu**. Olio. Bra: Slow Food Editore, 2011.

SPAARGAREN, Gert. **Sustainable consumption: A theoretical and environmental policy perspective**. Society and Natural Resources. Taylor & Francis. 2003

STEINER, Philippe. **A sociologia econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

SWEDBERG, Richard. **Max Weber e a ideia de sociologia econômica**. Rio de Janeiro: UFRJ, São Paulo: Beca Produções Culturais, 2005.

\_\_\_\_\_. Hoje e amanhã. Tempo Social. **Revista de Sociologia da USP**, v. 16, n. 2, 2006.

TOURAINÉ, A. **Crítica da modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

VIEIRA, L. Cidadania global e estado nacional. **Dados**, v. 42, n. 3, 1999.

VILLARREAL, Magdalena. Deudas, drogas, fiado y prestado en las tiendas de abarrotes rurales. **Desacatos: Revista de Antropología Social**, México, n. 3, 2000.

VITERI, María Laura. **Fresh fruit and vegetables**: A word of multiple interations. The case of the Buenos Aires wholesale market. 2010. Tese (Doutorado), Wageningen University, Wageningen, 2010.

WEISMANTEL, Arlene McFarlin. Slow Food. **Journal of Agricultural & Food Information**, 2004.